

Rias Fitriana Indriyati

POLITIK *dan* GRAFITI

POLITIK dan GRAFITI



POLGOV JPP: Serial Skripsi Terbaik adalah salah satu lini produk terbitan Polgov JPP UGM yang menyajikan karya skripsi terbaik mahasiswa Jurusan Politik dan Pemerintahan UGM.

POLITIK dan GRAFITI

Rias Fitriani Indriati

JIPP
JURUSAN POLITIK &
PEMERINTAHAN
FISIPOL UGM

PolGov
RESEARCH CENTRE FOR POLITICS AND GOVERNMENT
Department of Politics & Government - FISIPOL UGM

Politik dan Grafiti
Rias Fitriana Indriyati

Penulis: Rias Fitriana Indriyati
Kata Pengantar: Amalinda Savirani
Editor: Wigke Capri Arti
Sampul dan Tata Letak: Oryza Irwanto

Research Centre for Politics and Goverment
Jurusan Politik dan Pemerintahan
Universitas Gadjah Mada

Gd. PAU UGM Lt. 3 Sayap Timur
Bulaksumur Yogyakarta 55281
Telp/Fax +62 274 552212:

132 + xxvi halaman
135 x 200mm

ISBN:



ISI BUKU





DAFTAR GAMBAR



DAFTAR GAMBAR





KATA PENGANTAR
MENCARI "POLITIK SEHARI-HARI" DALAM GRAFITI

Amalinda Savirani, MA

Skripsi bertema graffiti, mural dan seni jalanan barangkali sudah banyak dilakukan oleh mahasiswa dengan latar belakang seni atau komunikasi. Grafiti terkait ekspresi seni yang dituangkan melalui media tembok. Dari grafiti dapat juga merupakan ekspresi komunikasi penulis pada pembacanya, antara komunikan dan komunikator. Seorang mahasiswa Jurusan Politik dan Pemerintahan (JPP) yang menulis skripsi dengan tema grafiti untuk melacak praktik kuasa kata dan kaitannya dengan aspek "politik sehari-hari" menjadi sesuatu yang menarik, karena ia keluar dari *mainstream* tema skripsi di JPP yang masih dominan membahas politik dengan huruf "P" besar, yakni menyangkut aktor formal politik di lembaga politik formal juga. Karya yang saat ini ada di tangan Anda adalah salah satu karya yang menarik itu yang ditulis oleh Rias Fitriyana Indriyati.

Sebelum saya mendiskusikan tentang bagaimana Rias mengeksekusi keingintahuannya dalam bentuk aliran bab dalam skripsinya, terlebih dahulu saya ingin memaparkan kecenderungan perluasan dan pergeseran tema dan minat



mahasiswa jurusan politik dan pemerintahan dalam satu dekade terakhir.

Dari birokrasi politik ke dukun politik: Pergeseran trend tema skripsi di JPP

Ketika saya menjadi mahasiswa di jurusan ini di pertengahan tahun 1990-an, tema penulisan skripsi didominasi oleh isu yang bersifat *state-centric*, atau berpusat pada negara dan aparatusnya, seperti birokrasi, unit-unit pemerintahan, dan lembaga perwakilan; dan *policy-centric* yakni evaluasi-evaluasi kebijakan negara. Dari segi pendekatan, skripsi bertema *state-centric* ini dikerangkai dengan pendekatan politik yang legal formalis, yakni mendekati dan mengkerangkai persoalan politik yakni membandingkan antara yang ideal dengan kenyataan. Fokus yang dominan hadir adalah kajian mengukur "efektivitas", kerja birokrasi dalam menjalankan peran dasar pemerintah, evaluasi kebijakan seperti Inpres Desa Tertinggal (IDT), keuangan di daerah, eksistensi lembaga-lembaga korporatis dan relasinya dengan negara, untuk menyebut beberapa tema utama. Di periode tahun 1990-an mahasiswa yang ingin keluar dari tema-tema 'standar' tersebut biasanya memfokuskan diri pada tema pemikiran politik, misalnya membahas pemikiran tentang masyarakat sipil, sebagaimana yang saya lakukan.

Situasi 'tidak banyak pilihan' bagi mahasiswa Jurusan Politik dan Pemerintahan (JPP) bergeser sejak tahun 2000-an. Dalam periode ini terjadi ledakan tema skripsi di luar tema negara yang sangat signifikan. Ini bukan berarti negara hilang sama sekali, melainkan telah muncul kajian yang berupaya menjelaskan negara bukan dari perspektif negara semata, melainkan dari perspektif masyarakat.. Tahun 2006 misalnya, R. Anung Handoko (2006) menulis tentang "Sepakbola dan

kaitannya dengan Pilkada". Dalam periode yang sama, Tyas Ratnawati (2006) menulis "*Daily politics*" sebagai studi awal politik pangan di Indonesia, Wigke Capri Arti (2008) menulis pergulatan politik identitas di kalangan kelompok minoritas *gay* di Yogyakarta. Titik Widayanti (2007) melakukan penelitian dengan tema yang sama untuk kelompok Waria di Yogyakarta. Di periode sebelumnya, Utan Parlindungan (2007) menulis skripsi tentang lagu "Genjer-Genjer" yang digunakan Partai Komunis Indonesia (PKI). Penerusnya adalah Ulya Jamson (2010) yang menulis tentang angkringan sebagai ruang publik. Ratna Puspita Dwipa (2010) tentang kemenyan dan dukun dalam praktik politik Indonesia, dan masih banyak lagi karya-karya skripsi mahasiswa lainnya dengan tema yang sangat dinamis yang tidak bisa diurai satu per satu. Karya mereka memiliki perbedaan tema dengan generasi mahasiswa di tahun 1990-an, termasuk generasi saya. Secara kasar barangkali pergeseran ini bisa diberi label sebagai perubahan dari tema *state-centric* menjadi *society-centric* dari segi substansi dan dari segi pendekatan adalah dari "politik formal" menjadi "politik informal".

Jadi, bukan hanya pada temanya yang mengalami pergeseran, melainkan juga pendekatan dalam memaknai peristiwa politik. Ada pergeseran tren yang meningkat di kalangan mahasiswa angkatan paska 2000-an dari relasi kuasa formal di lembaga-lembaga politik dan pemerintah, menjadi relasi kuasa dalam berlangsung dalam kehidupan sehari-hari, dan atau dalam tema-tema yang secara klasik dianggap "bukan politik". Salah satu pendekatan tersebut *adalah "everyday practice of politics"*.

Ada beberapa penjelasan pergeseran tren ini. *Pertama*, ada peningkatan kepercayaan diri mahasiswa untuk berbeda dengan *mainstream* tema yang ada. *Kedua*, secara institusional ada perubahan kurikulum yang cukup mendasar di Jurusan



Politik dan Pemerintahan (JPP) sejak awal-awal tahun 2000-an. Di tahun pertama tugas jurusan adalah adalah membuka pintu ketertarikan mahasiswa pada praktik politik, apapun bentuknya. *Ketiga*, secara kelembagaan lagi JPP menginisiasi kurikulum baru tahun 2005 dan memperbanyak mata kuliah yang berada di luar *mainstream* studi politik, seperti "Politik Perkotaan", "Gerakan Politik", "HAM dan Kewarganegaraan", "Pemerintahan Komunitas", "Politik Agraria" ,"Masyarakat Ekonomi", "Politik Perburuhan" dan lain-lain. Di samping itu, kuliah-kuliah yang klasik pun seperti "Pengantar Ilmu Politik dan Pemerintahan" memiliki cara berfikir yang *up to date.* Upaya ini didukung oleh staf pengajar JPP yang selalu memiliki memiliki keinginan menyegarkan diri dengan perspektif baru. Hasilnya adalah "ledakan" skripsi dengan tema yang sangat bervariasi dan tidak lagi terfokus pada negara. Makna politik pun mengalami pergeseran, dari politik formal di lembaga-lembaga pemerintah dan masyarakat, menjadi politik sehari-hari yang dialami oleh warga negara.

Gagasan "Politik sehari-hari"

Salah satu bentuk pergeseran tersebut adalah mulai munculnya minat mahasiswa JPP dalam tema tentang "politik sehari-hari" atau *everyday practice of politics*. Kosa kata dalam ilmu sosial dan ilmu politik belakangan banyak bergeser, misalnya istilah *government, power, authority, loyalty, sovereignty, participation* dan *interest group*, telah bergeser *menjadi governance, networks, complexity, trust, deliberation* dan *interdependence* (Hajer and Wagenaar, 2003:1). Konteks makro pergeseran deretan kosa kata di atas ini merupakan konsekuensi dari apa yang disebut Beck, et all (1994) sebagai kemunculan gejala *"radical modernity"*, atau modernitas radikal. Tipe radikalisme ini adalah tahapan lanjut modernisasi, yang jauh berbeda dengan

modernisasi di awal yakni yang muncul pada zaman pencerahan. Jenis *"radical modernity"* ini tidak membawa pencerahan tapi bencana, atau dikarenakan watak modernitas yang tidak menciptakan kepastian, melainkan ketidakpastian atau radical *uncertainty*. Manusia modern yang hidup dalam periode modernitas radikal mengalami situasi kehidupan yang tak bisa diprediksi. Teknologi yang selama ini dianggap mampu mengkontrol sesuatu di luar jangkauan manusia, memiliki keterbatasan manfaat, dan justru menjerumuskan manusia. Dalam situasi ketidakpastian ini, pola-pola politik lama yang formal dianggap tidak mampu mengatasi persoalan ketidakpastian. Dalam konteks inilah praktik politik sehari-hari yang berada di luar wilayah formal, dianggap mampu menjadi alternatif praktik politik formal yang sudah ada.

Fenomena 'politik sehari-hari' atau *everyday practice of politics*, dikenal dengan banyak nama lain seperti *life politics* (Giddens, 1991), dan *sub-politics* (Beck, et all: 1994). Giddens mendefinisikan politik sehari-hari ini sebagai *a new style of political involvement in which people combine lifestyles choices with very focused and discontinuous political activity. Sementara itu, everyday marker is a type of political activity at grass roots level that resists conceptualization in the familiar terms of participation social movement or interest groups.* Sementara itu, *sub-politics* merupakan praktik kepolitikan yang berada di lembaga logika formal kepolitikan sebagaimana yang secara klasik kita pahami, yang menyangkut institusi politik formal seperti partai politik, parlemen, lembaga kepresidenan, dan di tingkat masyarakat mewujud sebagai asosiasi, lembaga advokasi kebijakan, kelompok penekan dan lain-lain. Politik sehari-hari ini telah menciptakan realitas perpolitikan baru yang rautnya sama sekali berbeda dengan pemahaman politik secara



klasik. Realitas baru ini disebut sebagai *the secondary level of political practices* (Warren, 1992).

Secara spesifik, pergeseran ilmu politik formal ke politik sehari-hari berlangsung dalam arena (*sites*), aktor dan tema. Arenanya tidak di institusi politik formal (lembaga perwakilan, markas partai politik, ruang rapat demonstrasi mahasiswa); aktor bukan politisi formal, pimpinan masyarakat, atau aktivis partai. Tema bukan soal hancurkan rezim, melainkan urusan sehari-hari tapi substansial seperti kualitas pelayanan publik sehari-hari, misalnya pengelolaan sampah, kualitas air bersih, kualitas sekolah anak, kualitas susu bayi dan lain-lain. Singkatnya *everyday politics* adalah politiknya orang biasa (bukan aktor politik formal), dengan tema yang juga bersifat 'biasa' (sehari-hari). Ia ditandai oleh aktivitas warga negara biasa, yang terorganisir secara mandiri, mengusung satu kepentingan yang bisa berubah setelah kepentingan tersebut tercapai (ad-hoc), kepentingan yang mencakup hal-hal yang ditemukan sehari-hari dalam kehidupan.

Mencari politik sehari-hari dalam grafiti.

Lantas, sejauh mana gerakan grafiti di Yogya dapat dianggap sebagai praktik politik sehari-hari sebagaimana yang mau diargumentasikan oleh Rias? Kalau kita periksa rumusan pertanyaan penelitian dalam halaman tujuh naskah skripsinya berbunyi: "Bagaimana dimensi relasi kuasa kata dalam fenomena grafiti Yogyakarta?" Dari pertanyaan penelitian ini sudah tampak bahwa yang menjadi fokus perhatian relasi kuasa dalam tulisan grafiti. Lantas dimana operasi "politik sehari-hari"-nya? Rias mencoba menjawab pertanyaan ini di halaman delapan belas, grafiti dekat dengan kehidupan sehari-hari misalnya kritik sosial atau isu-isu yang sedang hangat di

masyarakat. Lebih lanjut lagi, grafiter merupakan aktor yang lambat laun mampu menginfeksi masyarakat untuk turut ambil bagian (dalam politik). Mereka berpolitik dengan menggrafiti tembok-tembok jalanan (hal.18). Saya mencari di bab tiga yang dari judulnya tampak akan mengelaborasi poin terakhir. Bentuk "politik sehari-hari" yang diargumentasi kan Rias adalah, *pertama* pemotretan realitas sehari-hari dalam bidang politik, ekonomi dan budaya melalui grafiti (hal. 64-80). *Kedua,* pengorganisasian para grafitier dalam wadah-wadah kelompok-kelompok anak muda di Yogyakarta (hal. 78-81), saluran grafiti pada tembok-tembok milik publik (baca: negara) (hal. 96-101).

Kalau kita cocokkan temuan penulis dengan definisi dasar "politik sehari-hari" yang sudah saya garis bawahi sebelumnya, ada beberapa hal yang hilang dari elaborasi gagasan Rias. *Pertama,* dari segi aktor yang grafitier, saya belum menemukan dalam skripsi Rias, proses bagaimana kelompok-kelompok grafitier ini terbentuk, dan apa latar belakang yang melatari pembentukannya. *Kedua*, beriringan dengan itu, Rias tidak sempat juga mengelaborasi isu apa yang grafitier perjuangkan, apakah terkait dengan isu sehari-hari yang langsung terkait dengan kegiatan mereka (misalnya harga *pilox* atau cat semprot yang terus naik). *Ketiga*, bagaimana strategi grafitier secara kolektif memperjuangkan kepentingan mereka tersebut. Dari hasil bacaan saya, Rias semata-mata sebatas memetakan eksistensi kelompok grafitier di Yogya. Ia juga tidak menunjuk apakah isu yang diusung oleh grafitier adalah isu sehari-hari yang sungguh menghambat kegiatan grafitier; dan *keempat* yang baru ia paparkan adalah gerakan-gerakan individual yang sporadis dalam melakukan aksi grafiti mereka.



Sumber Bacaan

Beck, U., Giddens, A. Dan Lash, S. et.al 1994, *Reflexive modernization*, Polity Press, Cambridge.

Hajer, M and Wagenaar, H (eds) 2003, *Deliberative Policy Analysis: Understanding Governance In The Network Society*, Cambridge University Press, Cambridge.

Giddens, A., 1991, *Modernity and self-identity*,Polity Press, Cambridge.

Savirani, A., 2005, "Ilmu pemerintahan masa depan: Mengadvokasi politik pinggiran", dalam *Jurnal Transformasi,* Volume I, No 1, Jurusan Ilmu Pemerintahan Fisipol UGM, Yogyakarta.

Savirani, A., 2006, "Oposisi Indonesia dalam everyday politics" dalam *Jurnal IRE Mandatory*, Januari, Yogyakarta.

Warren, M., 1996, "What should we expect more from democracy?", *American Political Science Review,* Volume 86, No.1, hal. 8-23.



DARI PENULIS

Segala puji terlantun untuk Allah SWT yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang. Tak lupa penulis haturkan seruan untuk Rasulullah Muhammad SAW. Atas Kuasa dan limpahan Kasih Sayang-NYA, disokong dengan dukungan orang-orang terkasih, penulis mampu mempersembahkan karya dengan judul "KUASA KATA GRAFITI JOGJA, Studi tentang Grafiti sebagai Media Komunikasi Politik Sehari-hari Versi Grafiter yang Ter-*kromonisasi*.

Karya ini lahir dari ketertarikan penulis mengenai fenomena corat-coret pada tembok jalanan di Yogyakarta. Dunia tembok jalanan yang di dalamnya terdapat fenomena kekuasaan dan jarang dilihat oleh sebagian besar orang sebagai suatu bentuk dinamika kekuasaan yang bekerja pada ranah masyarakat. Dunia grafiti Jogja menceritakan kepada penulis bahwa grafiti merupakan media komunikasi sehari-hari versi grafiter yang merepresentasikan realitas ekonomi, politik, sosial hingga budaya pada lingkungan sekitar mereka. Keberadaan grafiti pada ruang publik, menciptakan peluang untuk dimanfaatkan oleh berbagai aktor yang ada sehingga terjadi "kromonisasi" grafiti Jogja yang berdampak pada perubahan bahasa visual grafiti.



Penulis menyadari bahwa studi ini masih jauh dari ideal, tetapi penulis berharap ada manfaat untuk almamater dalam mengkaji variasi dunia perpolitikan di Indonesia dalam aras masyarakat. Selesainya karya ini tidak terlepas dari bantuan dari berbagai pihak yang memberi dukungan, bantuan baik secara langsung maupun tidak langsung, yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu. Ucapan terima kasih, penulis haturkan kepada:

Terima kasih untuk kedua orang tuaku **Bapak Sukapjo dan Ibu Riyep Indaryatun**, atas dukungannya, perhatian, cinta kasih dan pengorbanan untukku. Semoga aku dapat menjadi anak, yang membuat kalian tersenyum bangga dan bahagia. Tidak lupa juga untuk adikku **Yudha Prakoso**, selalu semangat dan berusahalah, jalanmu masih panjang, capai semua citamu, kami semua mendukungmu. Terima kasih untuk **Keluarga Besar kretek** dan **Keluarga Besar Kersen** atas bentuk yang dukungan dan perhatiannya untukku. Terima kasih untuk Bintangku, **Andy Masro Indoni** yang mewarnai hidupku.

Terima kasih untuk sahabatku, **Acha** yang tidak pernah lelah menyemangatiku. Terima kasih untuk teman-teman kosan gambir 8, yang sudah seperti keluarga sendiri untukku. **Asna, Isna, Rizka, Titin, Eliet**. Terima kasih untuk **teman-teman JPP** khususnya **JPP 2007**, senang bisa bersama kalian. **Tetin, Sari, Ana, Sya2, Lisma, Afif, Didit, Wening, Ery, Zulfa, Ipeh, Eko, Dira dan yang tidak bisa aku sebutkan satu per satu.** Terima kasih untuk sahabat SMPku **Wulan, Mela, Dewi, Elin, Wahyu, Eko, Diska, Daras, Nur, Nuri** dan lainnya yang tidak bisa aku sebutkan satu per satu. Untuk sahabat SMAku **Deby, Mu2n, Upie, Sefti, Inti, Kismi, Candra, Ardi dan Fatik.** Kangen bersama kalian semua.



Terima kasih untuk keluarga SOSMAS BEM KM, **Mbak Ria, Mbak Bela, Mbak Tiara, Shinta, Burhan, Khariz, Zilfa, Adit, Yosi, Sandi, Nasikun, Elang**. Rasa yang langka, dapat aku temukan dalam suatu organisasi yaitu rasa kekeluargaan laskar sosmas. Terima kasih untuk Teman-teman KKN Unit 131, **Bayu, Subhan, Ri2, Febri, Dani, Sita, Johan, Elfa, Dian, Mas Unggul, Mas Randi, Puji, Mita, Eli, Devi, Deka** atas pengalaman dan kebersamaan kita di Curug Muncar.

Terima kasih untuk para grafiter di Yogyakarta yang tergabung dalam YORC. **Mas Rolly, Mas Tata, Mas Rembrat, Mas Andy, Mas Angga, Mas Arta, Mas Rio**. Terima kasih atas keramahan kalian dan informasi yang sangat bermanfaat untukku. Terima kasih untuk **Bapak Syamsul Barry** (Dosen Pasca Sarjana ISI), **Bapak Priyadi** (Dinas Ketertiban Kota Yogyakarta), **Bapak Agus Priyono** (BAPPEDA Kota Yogyakarta), **Bapak Agus** (Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Yogyakarta) atas informasinya. Terima kasih pula untuk **Mbak Nola** (SUS).

Terima kasih pula penulis haturkan kepada **Bapak Haryanto** selaku dosen pembimbing yang telah mengawal dan memberikan masukan dalam proses penyusunan karya ini, kepada **Mas Mada** sebagai dosen penguji bidang metodologi yang banyak memberi koreksi untuk perbaikan skripsi, kepada **Mas Bayu** selaku dosen penguji bidang Politik dan Pemerintahan yang telah memberi arahan agar skripsi ini menjadi lebih baik, kepada **Mas Hanif** yang telah memberi banyak masukan dan saran yang sangat berarti dan kepada seluruh dosen, staf dan karyawan Jurusan Politik dan Pemerintahan FISIPOL UGM.



Akhir kata, walaupun karya ini masih jauh dari ideal semoga ada manfaat yang dapat diperoleh.

Terima Kasih.

Yogyakarta, 7 Oktober 2011

Rias Fitriana Indriyati



GLOSARIUM

Caps: alat pelengkap bagi cat semprot, yang dipasang pada selang tempat keluarnya cat semprot sehingga bisa diatur besar kecilnya. Setiap cat semprot dari berbagai merek mempunyai tingkat besarnya lubang yang berbeda-beda. Bagi cat semprot lokal biasanya menggunakan *caps* cewek sedangkan bagi cat semprot impor biasanya menggunakan *caps* cowok. Bisa saja cat semprot impor menggunakan *caps* cewek namun harus menggunakan perantara adaptor. Bentuk dan model *caps* bermacam-macam untuk mempermudah grafiter dalam membuat grafiti. Misalnya ada *caps* khusus untuk membuat garis dan untuk memblok sesuatu.

Distro atau *Distribution Outlet*: tempat yang memamerkan barang yang diproduksi sendiri secara terbatas ataupun barang-barang impor. Secara umum distro memamerkan barang yang berupa kaos, baju, tas, sepatu, sandal, topi, dompet dan lain sebagainya. Namun, terdapat pula distro-distro khusus, misalnya distro yang menawarkan pernak-pernik seperti gelang, kalung, cincin untuk anak-anak muda. Harga yang ditawarkan memang agak sedikit mahal dari pada harga pasaran karena barang-barang distro diproduksi secara terbatas.



Grafiter: orang yang membuat grafiti. Pendefinisian ini penulis lakukan untuk memudahkan penyebutan secara gamblang. Berbagai kalangan menyebut pembuat grafiti sebagai "Bomber". Namun, bomber lebih mengacu pada pembuat grafiti yang menonjolkan kesan estetis, sedangkan terdapat pula pembuat grafiti yang berwujud tagging. Oleh karena itu sebutan grafiter merupakan rangkuman dari berbagai karakteristik aktor yang membuat grafiti agar tidak menimbulkan keruwetan penafsiran.

Kru *(Crew)*: sekelompok orang yang mengorganisir diri ke dalam satu kelompok. Setidaknya minimal terdapat dua orang untuk membuat kru. Pengelompokan sesorang ke dalam suatu kru biasanya didasari atas kesamaan prinsip, gaya ataupun tujuan dalam dunia grafiti.

Tag: inisial grafiter yang berupa singkatan nama ataupun kode-kode sebagai cara untuk menunjukan bahwa grafiti tersebut adalah karyanya. Inisial tersebut kurang bisa dimengerti secara umum karena acapkali menggunakan singkatan. Sebagai contoh yaitu TAXI 189, dimana 189 merupakan alamat rumah dari Demetrius. Penggunaan tag memudahkan grafiter untuk tetap eksis namun tidak diketahui oleh khalayak pada umumnya.

Tembok: (KBBI) merupakan dinding dari bata, batako, adonan semen. Secara umum tembok jalan ditafsirkan sebagai dinding yang terletak di tepi jalan. Dalam konteks tembok sebagai kanvas bagi grafiti, penulis mendefinisikan tembok jalan sebagai tembok yang berada di tepi jalan, dapat berupa tembok pembatas tepi jalan, tembok pagar hingga tembok suatu bangunan, namun dalam perkembangannya tembok tidak hanya dimaknai sebagai public space namun berkembang menjadi *public sphere*.

BAGIAN SATU:
MELIRIK GRAFITI YOGYAKARTA

Grafiti itu keren, apalagi bomber cewek itu jarang, makanya mbak aku pingin belajar bombing, biar bisa ngeksis.

(Lolita 2010, wawancara, 30 Oktober)

Sebenarnya, lumayan juga mbak kalau ada order untuk bombing rumah atau cafe biasanya 600rb-an untuk sekali Order.

(Arta 2010, wawancara, 29 Oktober)

Penggalan percakapan tersebut merupakan kelanjutan dari keingintahuan penulis mengenai grafiti. Berawal dari beberapa tahun berlalu-lalang di Yogyakarta, hampir di setiap *traffic light* jika di sebelah kiri atau kanan terdapat tembok, setidaknya akan terdapat gambar atau tulisan yang cukup membuat penasaran. Ada yang berwujud tulisan abstrak sehingga penulis sulit untuk mengenalinya sebagai orang yang awam terhadap dunia *tembok jalan*, namun terdapat pula tulisan yang terbaca sebagai sindiran kepada pemerintah maupun tulisan mengenai isu-isu yang sedang marak. Nampaknya, tulisan tersebut tidak hanya terdapat pada dinding jalanan saja, namun ada juga terdapat di distro bahkan di dinding sekolahpun ada. Tulisan ataupun gambar yang terdapat di tembok-tembok jalan tersebut biasanya disebut dengan grafiti atau mural.



Membedah perjalanan grafiti dengan kacamata politik memberi warna lain, hal tersebut karena beberapa penelitian mengenai grafiti menggunakan kacamata sosiologi ataupun budaya. Aditya Dipta Anindita (2002) memotret grafiti dengan kacamata sosiologi yaitu menelisik grafiti sebagai budaya tanding dalam pemaknaan atas Kota Yogyakarta. Penelitian lain mengenai grafiti dilakukan oleh Obed Bima Wicandra (2003) tentang grafiti di Surabaya. Obed (2002) menceritakan grafiti di Surabaya merupakan suatu gaya hidup dan tidak memiliki kecenderungan untuk menjadi sebuah gerakan.

Dalam kacamata politik, grafiti dinilai sebagai arena kontestasi kekuasaan, saling pengaruh-mempengaruhi. Grafiti yang *notabene* merupakan rangkaian tulisan yang secara lumrah dipandang sebagai seni ataupun coretan-coretan liar yang membuat kotor tembok, kali ini dipandang sebagai sebuah media untuk menuangkan aspirasi, yang mempunyai tujuan dalam pembuatanya. Grafiti digunakan sebagai sarana komunikasi kepada khalayak melalui goresan cat semprot yang ditempatkan di area strategis misalnya tembok-tembok jalanan. Titik yang paling ber*geng*si yaitu tembok jalanan suatu persilangan jalan sehingga masyarakat dapat sengaja ataupun tidak sengaja melihat grafiti tersebut. Berbagai tujuan dan motivasi menyertai grafiter pada pembuatan karyanya, mulai dari kritik sosial, penanda daerah kekuasaan ataupun untuk sosialisasi suatu gagasan.

Grafiti terdapat pada lingkungan sekitar masyarakat, acapkali diacuhkan dan tidak jarang distempel sebagai tindakan vandal. Fenomena coretan dengan cat semprot pada lingkungan sekitar kita, bukanlah merupakan hal yang wajar namun merupakan fenomena kekuasaan. Tindakan tersebut merupakan cara "berpolitik sehari-hari" versi grafiter dengan mengkomunikasikan gagasan mereka melalui kata ataupun

kalimat grafiti kepada khalayak. Mereka menuangkan ide ke dalam kanvas tembok jalanan, sebagai tanda eksistensi dan penanda daerah kekuasaan, tidak jarang pula merupakan respon terhadap suatu berita yang sedang marak ataupun sebagai media protes.

Dunia grafiti yang terdapat pada tembok-tembok kota merupakan arena kontestasi, pengaruh-mempengaruhi serta saling mengambil keuntungan antara aktor-aktor yang terlibat dan melibatkan diri. Konflik tidak jarang terjadi, sesama pemain tembok jalanan ataupun dengan aktor-aktor lainnya bahkan dengan masyarakat. Gambar mengenai dunia grafiti menerangkan bahwa kekuasaan juga bekerja dalam lingkungan goresan cat semprot pada tembok jalanan.

Yogyakarta mendapat julukan sebagai kota *street art* (Andrianto 2011). Sebagian besar, tembok jalanan Yogyakarta, tertutama wilayah Kota, terdapat karya jalanan, tidak terkecuali grafiti. Alasan tersebut yang mendasari mengapa Yogyakarta yang menjadi lokus penelitian. Namun hal tersebut nampaknya patut menjadi pertanyaan lanjutan, mengapa Yogyakarta tidak Jawa Tengah ataupun DKI Jakarta yang temboknya rimbun oleh grafiti. Demam grafiti di Yogyakarta mampu menjadi magnet yang menarik partisipasi berbagai kalangan. Anak seusia SMP dan SMA menjadi akrab dengan tembok dan cat semprot. Jalan-jalan di gang sempit mulai berhiaskan grafiti, interior distro, ruko, *rolling door*. Pemerintah juga ikut ambil bagian dengan mengajak grafiter bekerja sama untuk mengkomunikasikan melalui grafiti program-program pemerintah. Aktor ekonomi juga ikut serta dengan menyeponsori modal untuk membuat grafiti dengan catatan disertakan logo atau identitas aktor ekonomi tersebut.



Ditilik dari sejarahnya, tidak ada kesepakatan mengenai awal kelahiran grafiti. Pelacakan jejak grafiti di Indonesia dapat dilihat dalam beberapa kurun waktu. Menurut Soedarso, grafiti tertua di Indonesia ditemukan di daerah Maros, Sulawesi Selatan, yang mengandung pesan pengharapan. Pada era perjuangan kemerdekaan, pernah terjadi pembuatan grafiti secara massal hampir di semua sudut-sudut kota untuk menggobarkan semangat pejuang (Harsono 2002:60).



Gambar 1.1
Grafiti pada masa perjuangan kemerdekaan Indonesia.
(Mafiabond 2011)

Seiring dengan sedikit melunturnya *stereotyping* mengenai grafiti yang identik dengan tindakan vandal, mulai muncul grafiti yang merepresentasikan realitas kehidupan sehari-hari pada lingkungan grafiter, misalnya realitas sosial, budaya, politik hingga realitas ekonomi. Grafiti acap kali diidentikan dengan tindakan vandal terutama pada era Orde Baru, hal tersebut dikarenakan banyak grafiti politik yang berisi sindiran sehingga dianggap meresahkan dan mengganggu ketertiban.

Perjalanan yang *begitu* panjang, tentunya menceritakan dinamika yang kompleks. Oleh karena hal tersebut, penulis akan berfokus kepada grafiti pasca Orde Baru. Konteks waktu tersebut dipilih untuk memudahkan pelacakan, selain untuk mengetahui seputar grafiti fase kekinian. Selain konteks waktu, tujuan pelacakan dunia grafiti Yogyakarta berfokus pada potret latar belakang sejarah kemunculan grafiti, dimensi realitas yang dikomuniksikan grafiter dan dinamika kuasa yang terjadi di dalamnya.

Grafiti ditarik menjadi sebuah konsep seni, dimana bentuknya semakin diperindah dengan gradasi warna yang semakin kompleks. Grafiti berkembang menjadi sebuah gaya di kalangan kawula muda Yogyakarta, dimana tidak hanya seniman saja yang dapat berkreasi melalui grafiti. Aktor-aktor lainnya seperti pemerintah dan masyarakat ekonomi juga turut ambil posisi. Lantas, dari keruwetan yang *begitu* kompleks pada hutan visual yogyakarta, pertanyaan yang ingin penulis kemukakan yaitu: Bagaimana dimensi relasi kuasa kata dalam fenomena grafiti Yogyakarta?

Landasan teori yang digunakan untuk membedah dimensi relasi kuasa kata dalam fenomena grafiti **y**aitu teori *daily politics*. Tteori tersebut akan dipadukan dengan teori komunikasi politik. *Daily politics* digunakan untuk melihat cara berpolitik versi grafiter dalam tema relasi kuasa kata dalam dunia grafiti, sedangkan dengan konsep komunikasi politik berusaha untuk melihat dimensi pesan atau makna apakah yang ingin disampaikan melalui grafiti. Adapun kerangka pemikiran dalam penelitian ini meliputi, konsep tentang apa itu grafiti untuk menggambarkan kejelasan makna tentang grafiti dan posisi penulis dalam memaknai grafiti, kemudian konsep tentang *daily politics* serta konsep mengenai komunikasi politik yang



berusaha mengkerangkai komunikasi politik dalam grafiti. Konsep-konsep pemikiran tersebut ditujukan untuk mempermudah dalam memotret grafiti sebagai media komunikasi politik.

Apa itu Grafiti ?

Pendefinisian mengenai apa itu grafiti belum mencapai suatu kesepakatan bersama. Grafiti berasal bahasa Italia "*graffito-grafiti*" (bentuk plural/jamak) yang didefinisikan sebagai coretan atau gambar yang digoreskan pada dinding atau permukaan apa saja, *Begitu*lah sekiranya pendefinisian grafiti menurut Syamsul Barry (2008:31). Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) grafiti adalah lukisan kuno pada dinding atau batu (berasal dari bahasa Italia). Ada pula yang mendefinisikan grafiti sebagai sebagai salah satu dari unsur *hip-hop* (tiga unsur lainnya yaitu *break-dancing*, *DJ-ing*, dan *rapping*) (Adhi 2005:85).

Keragaman pendefinisian tersebut menggambarkan perjalanan grafiti di setiap masa. Perdebatan mengenai asal mula grafiti menunjukan bahwa belum terdapat kesepakatan mengenai apa itu grafiti sesungguhnya. Secara istilah grafiti berasal dari bahasa latin yaitu "*graphium*" yang artinya menulis. Istilah ini pada awalnya dipakai oleh para arkeolog pada bangunan bangsa Mesir dan Romawi yang ditafsirkan sebagai sindiran-sindiran terhadap pemerintah, sedangkan di Roma, grafiti dipakai sebagai media untuk mendiskriminasikan pemeluk agama Kristen (Jogjamuralforum 2011). Era 1970-an di New York, grafiti dikategorikan sebagai salah satu dari unsur *hip-hop*. Grafiti era tersebut berkembang menjadi seni urban *underground*, selain sebagai sarana untuk menunjukan eksistensi grafiti juga digunakan untuk menyuarakan kritik sosial dan politik.

Di Indonesia perdebatan mengenai grafiti juga terjadi. Ada yang mendefinisikan grafiti sebagai goresan atau coretan pada suatu media dinding atau batu. Goresan pada dinding-dinding gua pada masa lampau sebagai grafiti ataupun coretan pada tembok kota dengan berbagai variasi bentuk dan macamnya sebagai grafiti. Coretan inisial *geng-geng* sekolah, grafiti politik yang berisi sindiran dan kritik ataupun grafiti yang pernah berkembang pada masa kemerdekaan sebagai pengobar semangat masuk ke dalam pengertian tersebut. Pengertian ini merangkul berbagai macam bentuk, masa ataupun tujuan pembuatan menjadi grafiti yakni sebagai goresan atau coretan pada suatu media dinding atau batu. Pada sisi lain, pendefinisian grafiti menjadi sesuatu yang luas, membuat segala hal yang berhubungan dengan corat-coret dapat digolongan menjadi grafiti. Ketidakfokusan dan kekaburan makna akan grafiti patut menjadi telaah dalam pengertian ini.

Terdapat pula kalangan yang mendefinisikan grafiti merupakan bagian dari *hip-hop* yang merupakan seni urban *underground*. Pengertian ini berkembang sekitar tahun 1980-an di Indonesia, seiring dengan merebaknya tarian *breakdance*. Grafiti termasuk sebagai sebuah seni, bukan corat-coretan liar ataupun coretan pada dinding gua. Grafiti menjadi sesuatu yang baru, sebuah seni dan bagian dari kultur *hip-hop*. Pendefinisian tersebut membuat grafiti menjadi ekslusif, namun kurang dapat mengakomodasi keanekaragaman dunia corat-coret.

Kacamata yang melihat grafiti sebagai seni menjadikan grafiti dalam "bentuk lain" menjadi sesuatu yang vandal. Seni dikontruksikan dengan sesuatu yang indah, malah terkadang cenderung rumit bahkan abstrak. Seni adalah untuk seni *Begitu*lah kiranya pepatah yang digunakan dalam pendefinisian grafiti. Coretan *geng-geng* sekolah ataupun grafiti politik tidak



dapat masuk ke dalam pendefinisian tersebut karena seni dan keindahan acapkali *digandengka*n secara kuat. Grafiti yang menggunakan teknik yang tinggi, cat semprot yang bagus serta bentuk yang indah serta bervariasi, *Begitu*lah sekiranya visualisasi grafiti sebagai bagian dari konsep seni. Hal tersebut dimaksudkan untuk memudahkan penyampaian pesan grafiti sebagai media komunikasi kepada masyarakat.

Herbert Read menyatakan bahwa seni itu tidaklah harus indah (Prawiro dan Dharsono 2003:18). Secara umum, seni lebih berorientasi kepada kepuasaan, ekspresi dan tujuan dalam pembuatannya, namun sebagaian kalangan menilai seni bukanlah sesuatu yang rumit, dimana galeri sebagai tempat pamernya. *Begitu* pula dengan grafiti yang identik dengan tembok jalanan. Karya jalanan lebih dekat dengan sesuatu yang "vandal". Tembok jalanan sebagai media eskpresi, kritik, perlawanan ataupun ketidaknyamanan yang dituangkan melalui grafiti. Oleh karena itu, jika seni harus sesuatu yang indah dan galeri sebagai tempat pamernya, grafiti bukan tergolong ke dalam sebuah seni.

Perdebatan tersebut nampaknya akan terus berjalan. Oleh karena itu, penulis ingin mencoba mengemukakan suatu definisi mengenai apa itu grafiti. Definisi yang berdasar pada perdebatan tersebut namun lebih dekat dengan realitas dunia grafiti era sekarang, yaitu dunia grafiti Yogyakarta pada fase kekinian. Pada dasarnya, grafiti merupakan suatu goresan yang berkembang menjadi coretan sebagai media ekspresi yang mempunyai tujuan dalam pembuatannya. Menurut Rolly[1],

---

[1] Rolly adalah seseorang yang dituakan dalam grafiti Yogyakarta yang masih berkarya hingga sekarang, menghadirkan ungkapan LOVEHATELOVE (LHL) sebagai sebuah pesan bahwa segala sesuatu

grafiti adalah tulisan dengan cat semprot pada media yang berwujud tembok, terutama tembok jalanan (Rolly, 2010, wawancara, 29 Oktober). Penulis mendefinisikan grafiti sebagai tulisan/coretan yang mempunyai tujuan dalam pembuatannya, biasanya menggunakan cat semprot dan tembok jalanan sebagai kuas serta kanvas untuk mengkomunikasikan suatu ekspresi.

Pada dunia tembok jalanan di hutan visual Yogyakarta sekarang, grafiti tidaklah sendiri. Terdapat banyak seniman jalanan dan aktor-aktor lain yang ikut meramaikan tembok jalanan Yogyakarta. Mural, *stencil* ataupun poster menjadi "pesaing" untuk berkarya di tembok. Pendefinisian mengenai grafiti tersebut dapat membantu untuk mengidentifikasi misalnya apa perbedaan antara grafiti dengan mural. Grafiti identik dengan tulisan/coretan dengan cat semprot sedangkan mural identik dengan gambar dengan cat tembok dan lebih menonjolkan kesan gambar bentuk. Grafiti merupakan bahasa komunikasi sehari-hari para grafiter di tengah hiruk-pikuk Yogyakarta. Perkembangannya, terdapat kelompok-kelompok grafiti yang merupakan ekspresi para *geng* dan kelompok yang grafiti yang lebih menonjolkan pesan dan ekstetika. Grafiti yang menonjolkan pesan dan estetika yang akan menjadi fokus pada penelitian ini, selain karena merupakan femonema yang sedang menjamur, grafiti tersebut lebih merepresentasikan realita komunikasi politik sehari-hari.

---

dalam hidup adalah sebuah proses yang penuh ketidakpastian, LHL sekaligus sebagai *street name* untuk menyapa siapa saja dalam setiap penghadirannya.

Mengolah warna dengan goresan kuas dan semburan cat semprot ia berharap mampu menghangatkan kembali ruang-ruang beku di dalam kota sekaligus menunjukkan bahwa dirinya ada di antara kita.

Daily Politics

Penelusuran mengenai konsep *daily politics* dapat kita telisik dengan mengikuti fenomena perluasan pemaknaan politik. Fenomena kekuasaan sebagai fokusnya, tidak lagi dapat dibaca hanya dengan memusatkan perhatian pada bekerjanya institusi-institusi formal negara. Masyarakat berkembang menjadi semakin kompleks, *begitu* juga dengan aktor-aktor di luar institusi negara secara formal. Fenomena bekerjanya kekuasaan lebih dapat dipahami secara komprehensif dengan memasukan dimensi masyarakat (*society*) dan dimensi-dimensi lain dalam kajiannya (Tim Jurusan Ilmu Pemerintahan UGM, 2005:3). *Begitu* halnya dengan berkembangnya konsep *governance.* Selain mengandaikan pada bekerjanya lembaga negara secara baik, pengertian *governance* juga mendorong pada penguatan lembaga-lembaga pasar dan *civil society* (Pratikno et.al 2007). Perkembangan tersebut menunjukan, semakin luasnya kajian seputar bekerjanya kekuasaan dalam studi politik.

Kuasa tidak dapat dialokasikan tetapi terdapat dimana-mana, dimana fenomena kekuasaan sebelumnya selalu dikaitkan dengan orang atau lembaga tertentu (Foucault 2006, hal.352-359). Konsep *daily politics* menunjukan relasi kekuasaan, pengaruh-mempengaruhi pada aras masyarakat. Politik yang merupakan ekspresi keseharian yang terjadi dalam masyarakat. Politik yang tidak hanya terkonsentrasi pada bekerjanya kekuasaan secara vertikal namun juga menyentuh bekerjanya kekuasaan secara horizontal. Politik yang aktor-aktornya berkontestasi dengan cara dan strategi serta media yang mereka miliki, pada ruang publik sebagai arenanya.

Pergeseran fenomena pemaknaan kekuasaan setidaknya dapat dilihat dari beberapa aspek yaitu dari dimensi

isu, dimensi aktor dan dimensi media. *Pertama* yaitu dimensi isu. Wacana-wacana yang berkembang pada ranah publik tidak lagi hanya berkutak pada isu-isu yang idiologis, namun berkembang menjadi isu-isu baru, *ad-hoc*, dekat dengan kehidupan sehari-hari. *Kedua* yaitu aktor yang berperan. Dimensi aktor yang berperan tidak lagi hanya berkutar seputar institusi atau aktor-aktor pada bekerjanya kekuasaan pada ranah negara, namun merupakan aktor-aktor baru yang terkadang tidak teridentifikasi. Walaupun acapkali tidak teridentifikasi dan kurang diperhitungkan, namun aktor-aktor tersebut turut menentukan proses politik yang ada. *Ketiga* yaitu media yang digunakan. Terjadi perluasan media yang digunakan, misalnya media untuk menyampaikan pendapat dan berekspresi. Perluasan media tersebut tidak menggantikan media yang sudah ada namun melengkapi serta menambah variasi.

Dalam konteks Indonesia, perkembangan kajian mengenai dinamika perjalanan ilmu politik juga terjadi. Menurut AA GN Ari Dwipayana (2005: 56), perjalanan ilmu politik di Indonesia dapat dibagi dalam beberapa periode. Perjalanan teorisasi ilmuwan politik mengalami pergeseran, mulai pada awal kemerdekaan (1945-1960) berorientasi pada negara, tahun 1960-1970 berorientasi kepada masyarakat, kemudian (tahun 1970-1990) bergeser berorientasi pada negara hingga kembali berorientasi kepada masyarakat menjelang tahun 1990-an.

Pergeseran teorisasi ilmu politik mendekat kepada masyarakat menjadikan kajian *daily politics* memberikan angin segar. Kajian yang berbeda dengan kerangka kajian politik formal, *daily politics* melihat politik sebagai konsep kekuasaan dalam ranah masyarakat dan dekat dengan kehidupan sehari-hari. Berikut merupakan peta pergeseran fenomena politik dari politik formal (klasik) menjadi *daily politics*:



Tabel 1.1: Peta Pergeseran Fenomena Politik
(Savirani 2005: 94)

No	Poin	Klasik-Tradisional	Daily Politics
1	Terminologi	Negara, pemerintah, otoritas, loyalitas, kedaulatan, partisipasi, partai politik, kelompok kepentingan	*Governance, interdependencies, network, trust, complexity*
2	Karakter kelembagaan	Statis	Cair
3	Metodologi pembacaan fenomena politik	Kuantitatif-positivistik	Kualitatif etnografis, *practices*, interpretatif
4	Karakter isu yang menjadi perhatian	Normatif (Abstrak)	Empiris, sehari-hari

Sumber: Diolah dari Hajer dan Wagenaar (2003:1-24),Beck et al. (1994: 37)

Fenomena tersebutlah yang disebut oleh Beck dan Giddens sebagai *risk society* yakni proses perkembangan masyarakat modern yang ditandai dengan meningkatnya resiko kehidupan sosial, ekonomi dan politik (Savirani 2005:90). Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi menjadikan kontrol terhadap kehidupan semakin minimal. Oleh karena itu, masyarakat "berpolitik sehari-hari" untuk mengatasi hal tersebut. Sebagai contoh, penelitian yang telah dilakukan Tyas Ratnawati (2006) mengenai *daily politics* dalam melihat upaya memulihkan kepercayaan konsumen di Indonesia akibat merebaknya isu makanan berfomalin. Pedagang mei ayam ataupun bakso mengadakan serangkaian agenda untuk mengembalikan kepercayaan konsumen, misalnya dengan makan bakso atau mie ayam berhadiah. Acara tersebut sangat jauh dari konsep kekuasaan secara formal namun merupakan cara berpolitik sehari-hari versi pedagang yang berusaha dilakukan untuk mengatasi masalah kepercayaan konsumen.

Giddens menyebut fenomena politik tersebut dengan sebutan *daily politics, life politics atau secondary politics.* Ulrick Beck menamai fenomena politik tersebut dengan *sub politics* yang menekankan pada sebuah politik yang menjauhi parleman dan menuju pada fenomena dan kelompok yang ada dalam masyarakat (Giddens 2003:55). Sedangkan Waren menyebutnya dengan *secondary reality of political practise*, yang menyatakan adanya beberapa kekhasan dari konsep tersebut yakni adanya peningkatan partisipasi dari masyarakat, adanya tekanan untuk melewati batas politik klasik serta adanya komunikasi antara pembuat kebijakan dan objek kebijakannya (Hajer dan Wagenaar 2003:3).

Seseorang atau sekelompok orang membuat tulisan dengan menggunakan cat semprot di sebuah perempatan, lazim kita jumpai di Yogyakarta. Berbagai macam gaya, rupa dan warna menghiasi tembok jalanan. Menjamurnya dunia tulisan cat semprot pada tembok Yogyakarta, patut menjadi telaah bersama. Fenomena tersebut oleh penulis dilihat sebagai *daily politics* atau politik sehari-hari. Kacamata *daily politics* terlihat sangat berbeda dengan cara pandang politik formal. Sekelompok anak muda yang membuat grafiti pada sebuah tembok di perempatan jalan menurut kacamata politik formal belum dapat dikatakan sebuah politik. Kerangka kajian politik formal memaknai politik jika erat kaitannya dengan negara, kebijakan ataupun pemerintahan.

Daily politics merupakan cara pandang baru untuk melihat bekerjanya kekuasaan, walaupun bukan merupakan konsep baru dalam dunia keilmuwan. Para sosiolog-lah yang sedang menelaah konsep ini yang didasari oleh perkembangan yang ada pada masyarakat. Konsep *risk society* yang digagas oleh para sosiolog membawa implikasi terhadap kajian ilmu politik

dan pemerintahan yaitu memunculkan fenomena politik "pinggiran" (Savirani 2005:88). Kacamata *daily politics* memang masih menjadi perdebatan untuk dikategorikan sebagai politik atau bukan politik. Namun, penulis menilai bahwa *daily politics* mampu mengisi kekosongan kacamata politik klasik dalam memandang fenomena dalam masyarakat yang semakin kompleks. Bukan mencederai kerangka kajian politik klasik namun justru menambah khasanah kacamata untuk melihat fenomena politik dan kekuasaan yang ada pada masyarakat.

Pembacaan peta tersebut, politik formal (klasik) memandang politik adalah kekuasaan yang formal, berhubungan dengan negara seperti pemilu, pembuatan kebijakan ataupun seputar peraturan dan perundang-undangan. Pelaku politik formal tersebut biasanya adalah kalangan elit. Berbeda dengan *daily politics*, setidaknya ada beberapa aspek yang membedakannya dengan politik formal (Savirani 2005:92-93);

Pertama, *daily politics* memperlihatkan bahwa masyarakat terdiri dari struktur yang bersifat terbuka dan dinamis, dimana masyarakat seringkali menciptakan sendiri kesempatan dan resiko baru. *Daily politics* sangat erat dengan kehidupan ataupun budaya masyarakat perkotaan. Oleh karena itu, perlu kacamata khusus untuk melihat dinamika masyarakat yang semakin kompleks.

Kedua, agenda yang dibawa *daily politics* merupakan isu keseharian pada masyarakat. *Daily politics* tidak bekerja dalam rangka menggulingkan kekuasaan. Politik menjadi sesuatu yang personal, dekat dengan individu dan *ad-hoc*. Lebih menekankan pada keberlangsungan kehidupan sehari-hari sehingga isu yang diangkatpun bukan ditujukan untuk menjatuhkan pemerintahan.

Ketiga, aktor *daily politics* merupakan aktor baru yaitu masyarakat pada umumnya, kelompok profesional ataupun kelompok-kelompok yang dibuat oleh masyarakat. Dalam penelitian ini, aktor yang berperan yaitu grafiter pada khususnya dan masyarakat pada umumnya.

Keempat, Aktor-aktor *daily politics* tersebut kemudian berkompetisi dengan pelaku politik formal namun menggunakan cara yang tidak resmi yaitu cara berpolitik sehari-hari versi aktor tersebut. Strategi ataupun cara yang digunakan merupakan cara berpolitik sehari-hari, tidak seperti cara bekerjanya aktor-aktor dalam politik formal.

Kelima, fenomena dalam *daily politics* tidak berlangsung pada suatu lembaga yang formal. Pembentukan atau pengorganisasian berlangsung cair, misalnya ada sebuah isu yang membangun sebuah komunitas. Dalam pengorganisasiannya komunitas tersebut mempunyai aturan yang dibuat bersama dan untuk ditaati bersama namun berlansung sangat cair.

Fenomena grafiti pada tembok jalanan Yogyakarta, dapat dikerangkai dengan kacamata *daily politics.* Yogyakarta merupakan daerah yang masih memegang teguh tradisinya namun juga bersifat terbuka dan dinamis. *Begitu* pula dalam penerimaan mengenai dunia grafiti, dimana terdapat pro-kontra pada awalnya namun lambat laun masyarakat mampu menerima secara sadar ataupun tidak sadar. Penerimaan tersebut tidak lain karena tulisan grafiti dekat dengan isu-isu kehidupan sehari-hari misalnya kritik sosial ataupun isu-isu yang sedang hangat di masyarakat sehingga tidak bertujuan untuk menggulingkan pemerintahan yang ada. Grafiter merupakan aktor yang lambat-laun mampu menginfeksi masyarakat untuk turut ambil bagian. Mereka berpolitik dengan mengrafiti

tembok-tembok jalanan ataupun tembok pada gang perumahan mereka. Pengorganisasian grafiter pun berlangsung sangat cair, ada yang hanya ikut-ikutan namun ada pula yang telah membuat komunitas kecil-kecilan.

Komunikasi Politik

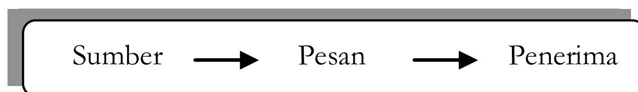
Grafiti mempunyai tujuan di setiap pembuatannya, tujuan tersebut berkorelasi dengan kondisi sosial, politik, ekonomi ataupun budaya yang melingkupinya. Grafiti yang berisi pengharapan, pengobar semangat ataupun kritik sosial membuktikan bahwa grafiti menjadi media komunikasi. Ada pesan yang ingin disampaikan dan dikomunikasikan melaui media tembok-tembok jalanan yang menjadi kanvas untuk berkarya. Penempatannya yang strategis menjadikan grafiti mudah diakses oleh siapa saja selain menarik perhatian karena penampilannya yang mencolok.

Menurut Harold Laswel, cara yang mudah untuk melukiskan tidakan komunikasi yaitu dengan menjawab pertanyaan;

1. Siapa?
2. Mengatakan apa?
3. Dengan saluran apa?
4. Kepada Siapa?
5. Dengan akibat apa? (Nimmo 2000:13).

Pada dasarnya komunikasi merupakan proses penyampaian pesan atau transfer informasi melalui media tertentu. Proses tersebut dapat digambarkan sebagai berikut;

Bagan 1.1. Model Listrik dalam Komunikasi



(Arifin 2003:56)

Anwar Arifin (2000:28) menyatakan komunikasi adalah proses pernyataan antar manusia. Sedangkan berbicara mengenai politik, tidak terlepas dari konsep kekuasaan itu sendiri. Komunikasi politik merupakan perkawinan ilmu komunikasi dan ilmu politik dimana perkawinan ini menambah kekayaan khasanah ilmu poltik dan ilmu komunikasi. Pendefinisian komunikasi politik masih menjadi perdebatan, menurut Nimmo komunikasi politik yaitu (kegiatan) komunikasi yang dianggap komunikasi politik berdasar konsekuensi-konsekuensinya (aktual maupun potensial) yang mengatur perbuatan manusia dalam kondisi konflik. Berdasarkan definisi tersebut terdapat aspek-aspek dari komunikasi politik yaitu komunikator politik, pesan politik, persuasi politik, media komunikasi politik, khalayak komunikasi politik dan akibat-akibat komunikasi politik(Nimmo 2000:9).

Komunikator politik seringkali disandangkan kepada para politikus, profesional ataupun aktivis dimana interaksi tersebut dikerangkai dalam konsep komunikasi pemerintah ataupun pemimpin kepada publik. Adapun pesan yang diusung dalam komunikasi tersebut merupakan pesan politik yang bertujuan untuk mempengaruhi preferensi masyarakat. Sedangkan, persuasi politik meliputi propaganda, iklan politik dan retorika yang dapat menggunakan media politik berupa kampanye massa, personal ataupun organisasi. Demikian konsep komunikasi poltik yang menjadi *mainstream* dalam dunia keilmuwan komunikasi politik.

Pemaknaan komunikasi politik pada umumnya menggunakan kerangka pikir politik formal yaitu terkait seputar kekuasaan secara formal. Sebagai contoh, sosialisasi kebijakan, kampanye partai politik ataupun kegiatan kepemerintahan lainnya. Mayoritas konsep komunikasi politik menggunakan mekanisme *top-down* yaitu dari pemerintah kepada masyarakat. Meskipun terdapat konsep partisipasi masyarakat melalui pemilu, namun hal tersebut masih dalam kerangka konsep pemikiran politik formal.

Komunikasi politik dalam konsep komunikasi politik sehari-hari menjadi hal yang menarik untuk dikaji. Konsep tersebut merupakan komunikasi masyarakat dalam kehidupan sehari-hari yang tidak terlihat politis, namun sebenarnya politis, dimana terdapat relasi kuasa di dalamnya. Komunikasi tersebut dapat berlansung dengan mekanisme *top-down* ataupun *bottom-up*, dapat berupa komunikasi antar masyarakat ataupun komunikasi masyarakat dengan pemerintah dan *begitu* sebaliknya. Kacamata ini diharapkan untuk menambal masalah komunikasi politik yang terlalu "formal" sehingga hirau akan realita kehidupan masyarakat sehari-hari yang mayoritas tidak tersentuh.

Dalam komunikasi, diperlukan media sebagai sarana untuk mentransfer informasi. Ada tiga kategori utama yaitu media persentasional yang berupa wajah, suara dan tubuh serta membutuhkan komunikator sebagai medium (Fiske 1990:18). Kemudian media representasional yaitu media ini seperti lukisan, buku, tulisan, fotografi dan lain-lain. Selanjutnya yaitu media mekanis yang berupa telepon, radio ataupun televisi. Grafiti masuk ke dalam media representasional yang merupakan media yang tidak membutuhkan kehadiran komunikator secara langsung. Kemunculan komunikator tidak lain ketika pembuatan

grafiti, namun orang lain masih mampu menikmati grafiti tersebut tanpa kehadiran komunikator.

Tembok jalanan Yogyakarta layak disebut sebagai hutan yaitu hutan visual yang rimbun oleh karya tulis dunia cat semprot. Visualitas sangat lekat dengan kehidupan sehari-hari masyarakat. Menurut penelitian Rini Larasati (2004) terdapat dua macam visualitas yang ada dalam visual kota Yogyakarta yaitu visualitas produk industri dan visualitas yang diproduksi oleh kelompok. Billboard, *neon box*, spanduk ataupun poster merupakan contoh dari visualisasi produk industri. Contoh visualisasi produk yang diproduksi oleh kelompok misalnya mural ataupun grafiti.

Masyarakat pada umumnya menilai visualisasi produk industri pada lingkungan sekitar kita merupakan hal yang wajar dan merasa tidak menganggu, padahal visualisasi tersebut merupakan rayuan untuk membujuk konsumen agar tertarik. Oleh karena itu visualisasinya dibuat seindah dan semenarik mungkin. Berbeda dengan visualisasi yang diproduksi oleh kelompok, misalnya grafiti masyarakat menganggap visualisasi tersebut "mengotori" bahkan distempel sebagai tindakan vandal. Padahal, tidak semua grafiti itu bertujuan untuk merusak, terdapat grafiti yang bertujuan untuk memperindah tembok jalanan ataupun bertujuan untuk penyampaian pesan kepada masyarakat.

Dunia dinding jalanan, khususnya grafiti mempunyai potensi untuk dimanfaatkan. Aktor-aktor dunia dinding jalanan Yogyakarta, didominasi oleh kawula muda, yang mayoritas pelajar, mahasiswa ataupun pekerja seni, dapat dilirik sebagai suatu "pasar". *Begitu* halnya dengan karya grafiter yang berada pada kanvas tembok jalanan. Grafiti terdapat pada ruang publik, dimana banyak masyarakat melakukan aktivitas



keseharian meraka. Demam grafiti yang melanda sebagian kalangan masyarakat Yogyakarta ikut menambah daya tarik dunia grafiti. Oleh karena itu, keberadaan grafiti stategis untuk dimanfaatkan oleh berbagai aktor yang ada sebagai media komunikasi politik sehari-hari.

Perkembangannya, banyak indikasi pemanfaatan grafiti oleh aktor-aktor tertentu sebagai media komunikasi politik sehari-hari. Untuk kepentingan politik ataupun sebagai media iklan untuk kepentingan ekonomi. Nills Brunsson (1990:330) menyatakan terdapat fenomena *Company-ization* (kompanisasi) atau yang terkenal dengan sebutan komodifikasi. Secara singkat dapat dijelaskan sebagai logika sebuah perusahaan yang merasuk ke dalam sebuah organisasi atau kelompok yang mempunyai elemen-elemen politik. Logika tersebut yaitu keuntungan atau *profit oriented*. Sebagai contoh, dalam dunia politik formal yaitu ketika pemerintah melayani warganya sebagai pelanggan, memang terdapat pelayanan yang efektif dan efisien namun juga harga yang ditawarkan menjadi mahal. Bentuk lain dari kompanisasi misalnya ketika kekuasaan meminta otonomi yang lebih dan ketika kekuasaan memiliki sebuah harga tersendiri (bukan tugas wajibnya).

Fenomena perubahan bahasa visual dunia tembok jalanan lebih khususnya grafiti memang telah terjadi. Dunia dinding jalanan dibawa masuk ke dalam ruang-ruang pamer, dimana yang liar dengan kata "jalanan" bergeser menjadi teratur, fenomena semacam ini disebut oleh Syamsul Barry (2008:78) sebagai "kromonisasi". Konsep kromonisasi berasal dari Bahasa Jawa yang ditata secara hierarkis yaitu dari *kromo*, *madya* dan kemudian *ngoko*. Kromo merupakan bahasa *alus* yang tentunya diterima oleh semua kalangan sebagai bentuk penghormatan, sedangkan *ngoko* merupakan bahasa kasar yang mempunyai

kesan negatif. Kromonisasi merupakan proses pengalihan sesuatu yang kasar atau berkesan negatif menjadi sesuatu yang lebih halus dan dapat diterima oleh semua kalangan. Namun, pada sisi lain kromonisasi merupakan bentuk penjinakan oleh pihak lain untuk melakukan sesuai dengan pesanan pihak tersebut. Fenomena seperti ini nampaknya sedang meradang pada dunia dinding jalanan. Grafiti yang merupakan media komunikasi *daily politics* berganti suara pada tembok jalanan, *Begitu* pula dengan realitas yang direpresentasikan oleh grafiter juga berbeda.

Berdasar pada pemetaan dan pemaparan tersebut, Penulis mendefiniskan grafiti sebagai tulisan/coretan yang mempunyai tujuan dalam pembuatannya, biasanya menggunakan cat semprot dan tembok jalanan sebagai kuas serta kanvas untuk mengkomunikasikan suatu ekspresi. *Daily politics*, penulis definisikan sebagai cara berpolitik versi masyarakat sebagai respon atas keadaan di sekitar lingkungannya, dengan aktor, cara dan strategi versi politik sehari-hari masyarakat. Sedangkan, pendefinisian mengenai komunikasi politik yakni merupakan proses pernyataan antar manusia, dengan elemen meliputi aktor, pesan, media, penerima dan dampak, yang mana di dalamnya terdapat interaksi kekuasaan.



BAGIAN KEDUA:
POTRET GRAFITI YOGYAKARTA

Grafiti mempunyai bentuk di setiap masa yang dipengaruhi oleh kondisi sosial, politik, ekonomi dan budaya. Bab ini akan memaparkan mengenai perjalanan grafiti mulai dari grafiti yang berisi pesan pengharapan, grafiti sebagai pengobar semangat, grafiti yang bernuansa kritik hingga grafiti yang bernuansa seni. Perkembangan grafiti level global akan menjadi telaah dalam penelitian ini, *Begitu* juga dengan perkembangan grafiti secara umum di Indonesia. Pemaparan ini kemudian akan difokuskan mengenai grafiti era transisi dari era orde baru menuju era reformasi sebagai pintu untuk melihat grafiti kekinian.

Potret grafiti Yogyakarta akan menjadi penelusuran selanjutnya. Dimulai dengan kemunculan dan pemetaan grafiti ditengah masyarakat Yogyakarta, dilanjutkan dengan respons atau tanggapan masyarakat Yogyakarta terhadap dunia corat-coret jalanan khususnya grafiti. Masyarakat Yogyakarta lambat laun mulai menerima kehadiran grafiti, namun tidak banyak pula yang masih beranggapan grafiti adalah corat-coret *geng* yang pernah marak di Yogyakarta sekitar tahun 1980-1990-an. Setiap kota mempunyai cerita tersendiri, *Begitu* pula dengan grafiti Yogyakarta yang mempunyai nuansa berbeda dengan kota-kota lainnya misalnya, Jakarta, Bandung ataupun



Surabaya. Semua pelacakan mengenai grafiti tersebut terangkum dalam bab ini dengan judul: Potret Grafiti Yogyakarta.

Melacak Perjalanan Grafiti

Grafiti mempunyai cerita tersendiri di setiap tempat dan waktu. Sejarah grafiti dapat diruntut mulai dari grafiti pada masa lampau hingga grafiti era modern. Catatan sejarah mengenai grafiti di berbagai tempat dapat digunakan sebagai pembanding dengan grafiti yang berkembang di Indonesia dan di Yogyakarta pada khususnya. Grafiti tersebut mempunyai persamaan dan perbedaan yang dapat ditelisik.

Sejarah Grafiti dari Kacamata Dunia

Sejarah grafiti dapat ditilik dari zaman manusia primitif yang mana mereka mengkomunikasikan perihal perburuan dengan melukiskannya pada dinding-dinding gua. Dalam masa tersebut, grafiti difungsikan sebagai sarana mistik dan spiritual untuk membangkitkan semangat berburu (Wicandra 2006:51). Pada bangsa Mesir, grafiti terdapat pada dinding piramid yang mengambarkan keadaan masyarakat dan perjalanan ketika seseorang itu mati. Grafiti tersebut mengkomunikasikan mengenai alam lain yaitu bagaimana seseorang yang mati tersebut bertemu dengan dewa-dewa. Istilah ini pada awalnya dipakai oleh para arkeolog untuk mendefinisikan tulisan kuno pada bangunan bangsa Mesir dan Romawi. Hasil penerjemahan tersebut teridentifikasi sebagai sindiran-sindiran terhadap pemerintah Romawi Kuno. Sementara di Roma graffiti dipakai sebagai alat propaganda untuk mendiskreditkan pemeluk agama Kristen yang pada zaman itu dilarang kaisar (Jogjamuralforum 2010).

Dalam konteks yang lebih modern, pembicaraan grafiti marak kembali ketika pertengahan menjelang akhir tahun 1960-an. Dua orang seniman Philadelphia melakukan *bombing* dengan melukiskan nama mereka "*Cornbread*" dan "*Cool Earl*" disemua tempat untuk menarik perhatian masyarakat dan wartawan. Sebagian kalangan menilai grafiti di mulai di New York sekitar awal 70-an berbarengan dengan unsur hip-hop (tiga unsur lainnya yaitu break-dancing, DJ-ing, dan rappin), grafiti ditampilkan sebagai seni *underground* yang ditambikan secara mencolok pada area publik (Adhe 2005:85).

Seorang loper dengan inisial TAXI 183 yang bernama asli Demetrius menjadi salah satu penulis awal grafiti yang mendapat pengakuan. Berawal dari kebiasaanya menggunakan kereta setiap harinya dalam melakukan pekerjaannya, Demetrius ingin menunjukan eksistensinya dengan secara diam-diam meninggalkan coretan dengan cat semprot pada kereta, yang biasa disebut *tag*, TAXI 183 kemanapun dia pergi. Bahkan, The New York Times pernah memuat artikel tentang TAXI 183 pada tahun 1971. Kereta bawah tanah merupakan sarana untuk menuangkan ekspresi grafiter selain untuk menandai daerah kekuasaannya. Mulai tumbuh persaingan antar kru dalam memperebutkan daerah kekuasaanya.

Keadaan New York yang kurang stabil menjadikan grafiti-grafiti tersebut dinilai sebagai sesuatu yang "menganggu" dan dianggap sebagai kegiatan yang merusak keindahan umum. Penjara telah disiapkan untuk para grafiter yang tetap berkarya. Namun hal tersebut tidak menurutkan menurunkan semangat grafiter, mereka malah menjadi semakin militan untuk mencuri-curi kesempatan yang ada.

Penutupan dan pembersihan kereta bawah tanah, pada satu sisi menyisakan sedikit grafiter namun pada sisi lain, mulai muncul sebagai karya-karya publik yang dilihat secara estetis Pada pertengahan hingga akhir 1970-an gerakan grafiti mencapai puncaknya. Seorang mahasiswa di New York City College, Hugo Martinez merupakan orang yang bertindak untuk mendapatkan legistimasi artistik pada grafiti, usaha yang dilakukannya yaitu dengan mendirikan *United Graffiti artists* untuk mengajak para grafiter agar menunjukan karyanya secara formal (Adhe 2005: 94-95).

Grafiti semakin berkembang, mulai muncul *tag* unik, gaya, desain, ukuran hingga bentuk yang semakin beragam. Alternatif media lain juga mulai digadangkan oleh para grafiter yakni tembok jalanan. Tidak ketinggalan pula atap-atap bangunan juga menjadi target para grafiter untuk berkarya. Melihat fenomena tersebut, pemerintah mulai mengetatkan peraturan dan melalukan penangkapan-penangkapan kepada grafiter dengan alasan merusak fasilitas umum dan menganggu ketertiban. Perkembangan selanjutnya sampai kepada pendokumentasian grafiti yaitu mempublikasikan *International Graffiti Times* sebagai gerakan corat-coret, grafiter jalanan menilai hal tersebut sebagai upaya untuk menjadi tenar, "*Real writers bomb trains: Not magazines*" (Adhe 2005: 94-95). Terlepas dari hal tersebut, pempublikasian dokumentasi grafiti dapat dinilai sebagai cara pengkomunikasian grafiti kepada dunia luar.

Seiring dengan perkembangan teknologi, sekitar tahun 1994 dunia *Cyber Space* menelorkan *website* yang fokus pada dokumentasi "*Writing is Art Crimes*" di seluruh dunia tentang grafiti (Adhe 2005: 94-95). Pada dunia maya, grafiter mampu berkomunikasi lintas batas. Hal tersebut memudahkan orang yang tertarik pada dunia grafiti namun merasa kurang nyaman

ketika harus berada pada kereta bawah tanah atau pada tembok pinggir jalan. Situs tersebut merupakan media pelatihan bersama, saling tukar informasi maupun berbagi pengalaman.

Grafiti melalui dunia maya sebagai medianya menjadikan fenomena *bombing cyberspace* semakin marak. Setiap orang bisa belajar untuk menjadi grafiter versi dunia maya dengan seperangkat piranti komputer dan jaringan internet. Grafiti era modern di New York mampu menjadi gerakan seni *underground*, yang memperjuangkan eksistensi grafiter dengan *bombing*. Meskipun dilarang, grafiter mencoba untuk menyiasatinya untuk dapat bertahan dan berkarya. Selain itu, grafiter juga mencoba untuk berdamai dengan pemerintah untuk melegalkan grafiti.

Cerita Sejarah Grafiti Indonesia

Di Indonesia, goresan gambar tertua terdapat pada kebudayaan Toala, Mesolitikum, C 4000 tahun yang lalu. Tepatnya pada dinding gua Pattae Kere di daerah Maros, Sulawesi Selatan. Goresan tersebut berbeda dari hiasan dinding lainnya yang bertujuan untuk memperindah, namun tujuannya yakni mengandung pesan pengharapan. Tulisan lain juga ditemukan pada Goa Jati Jajar di daerah Gombong, Jawa Tengah. Tertulis angka 1926 sebagai tahun tertua yang diikuti dengan nama seseorang yang pernah berkunjung ke Goa Jati Jajar (Barry 2008: 32). Lambat laun, coret-mencoret dinding gua menjadi sebuah tren hingga sekarang sehingga stalakmit dan stalaktit menjadi ramai akan coretan





Grafiti pada Gua Jati Jajar.
(Barry 2005)

Kemunculan grafiti dalam seting yang lebih modern terlihat pada masa kemerdekaan Indonesia. Grafiti menjadi media sebagai pemompa semangat perjuangan guna mengusir penjajah. Grafiter juga turut mengambil posisi dalam perjuangan kemerdekaan, dengan senjata coretan cat semprotnya pada kanvas dinding jalanan. Pelukis Afandi pada masa penjajahan Belanda membuat slogan "Boeng Ajo Boeng" yang kemudian merebak pada tembok-tembok jalanan (Wicandra 2006:51). Persatuan Ahli Gambar Indonesia (Persagi) dan Pusat Tenaga Pelukis Indonesia (PTPI) merupakan organisasi yang bernuansa seni namun turut andil dalam perjuangan kemerdekaan sekaligus tetap berkarya.

Pada era pemerintahan Soekarno, grafiti yang bernuasa kritik politik maupun kritik sosial marak terjadi. Hal tersebut tidak terlepas dari kondisi sosial politik yang terus bergejolak. Mulai dari pergantian sistem politk, perubahan Undang-Undang Dasar (UUD) maupun perombakan kabinet. Kalangan grafiter berusaha mengekspresikan dan mengkomunikasikan dengan grafiti kepada masyarakat mengenai ketidaknyamanan kondisi

tersebut. Mereka membuat grafiti pada ruang-ruang publik dengan asumsi akan banyak masyarakat yang menerima pesan komunikasi tersebut. Tembok-tembok jalanan di persilangan jalan merupakan media yang dipilih para grafiter untuk menuangkan pesannya.

Dalam sejarah grafiti, pada masa lampau, baik dari kacamata dunia ataupun di Indonesia mempunyai benang merah yaitu grafiti digunakan untuk tujuan yang sakral. Berbeda dengan grafiti pada era modern yang mempunyai corak beragam. Grafiti di New York mampu berkembang menjadi gerakan seni *underground*. Sedangkan, grafiti yang berkembang di Indonesia, tidak tumbuh menjadi sebuah gerakan, namun grafiti digunakan sebagai media komunikasi. Media untuk merespon keadaan lingkungan sosial, ekonomi, politik hingga budaya. Dapat terlihat, grafiti pada masa kemerdekaan digunakan sebagai media pengobar semangat atau grafiti politik yang berisi kritik menjelang era reformasi.

Dinamika Grafiti: dari Orde Baru hingga Reformasi

Grafiti pada masa orde baru dipandang sebagai kegiatan yang "menganggu" bahkan kriminal. Serentetan pasal tentang ketertiban, tata ruang ataupun perusakan fasilitas umum siap menghadang, tidak jarang penjara menjadi muara. Pelabelan tersebut dikarenakan grafiti vokal menyindir pemerintah. Meskipun dilakukan dengan sembunyi-sembunyi dan tidak semua grafiter berani mengambil resiko, namun grafiti tetap ada. Grafiti jarang muncul dalam ruang publik namun grafiti mempunyai karakter yang kuat yakni menyuarakan apa yang mereka atau masyarakat rasa walaupun secara samar-samar dalam penyampaiannya pada ruang publik.



Kemunculan grafiti pada rezim ini hadir setelah peristiwa Penembakan Misterius (Petrus) marak terjadi (Barri, S. 2010, wawancara, 18 November). Petrus atau yang tenar dengan sebutan Operasi Clurit bertujuan untuk menanggulangi tingkat kejahatan yang *Begitu* tinggi. Antara tahun 1983 dan 1984, ditemukan mayat bertato dengan luka tembak, menurut laporan sebuah majalah berita, korban mencapai angka 10.000 (Sukab 2011). Penguasa lokal yang notabene adalah preman banyak yang tewas, ditangkap atau menghilangkan. Daerah yang dahulunya dikuasai oleh preman menjadi tak bertuan. Peluang tersebut dilirik grafiti untuk menunjukan eksistensinya, meskipun tidak masif secara kuantitas dan masih sembunyi-sembunyi dalam melancarkan aksinya.

Lambat laun, pemerintah menilai grafiti semakin "nakal" sehingga pemerintah perlu mengambil tindakan. Bukan petrus yang diturunkan tetapi dengan "mendoktrin" kepada masyarakat akan karya seni versus vandalisme. Grafiti disosokan sebagai kegiatan merusak, mengotori, mencorat-coret tanpa tujuan yang jelas. Pembandingnya yaitu konsep karya seni, yang estetis, dengan seniman sebagai aktornya dan galeri sebagai media pajang karya-karya seni tersebut. Seni dalam konsep ini malah terkadang kurang dapat dipamahi maksudnya karena terlalu abstrak, kurang dekat dengan realitas masyarkat sehingga menjadikan seni terpisah dengan kehidupan masyarakat secara umum. Cara tersebut dinilai efektif karena masyarakat juga akan mengambil peran untuk mengawasi dan menekan perkembangan grafiti.

Orde Baru dengan salah satu semboyannya yaitu Trilogi Pembangunan yang terdiri atas stabilitas politik, pertumbuhan ekonomi dan pemerataan pembangunan berusaha "mengatur" kehidupan semua sektor. Stabilitas politik salah

satunya dicapai dengan mengesankan kegiatan politik untuk kalangan masyarakat adalah berbahaya, termasuk untuk dunia seni apalagi grafiti. Orde baru melakukan depolitisasi dalam semua lini kehidupan, bahwa seni tidak berpolitik sehingga tidak ada keberpihakan seniman atas rakyat sebagai akibat trauma politik (Santoso 2003: 309). Seni dikontruksikan dengan sesuatu yang indah, malah terkadang cenderung rumit bahkan abstrak. Galery, museum ataupun pameran dirancang untuk menjadi wadah bagi para seniman untuk memamerkan kebolehannya. Tujuan dari pengembangan infrastrukur seni tersebut tidak lain untuk membentuk opini publik ke arah seni individualis.

"Seni adalah untuk seni", *Begitu*lah kiranya pepatah yang digunakan oleh pihak penguasa untuk membius para seniman guna melang*geng*kan kekuasaannya. Seni dan keindahan acapkali *bergandengan* secara kuat, Herbert Read menyatakan bahwa seni itu tidaklah harus indah (Prawiro dan Dharsono 2003: 7). Orde baru dengan orientasi pertumbuhan ekonominya, membuat dunia seni diselimuti dengan komersialisme pasar. Akibatnya, orientasi seniman didorong untuk menghasilkan karya seni yang estetis sehingga mampu menarik minat pasar. Seni menjadi semakin jauh dari realita yang terjadi di masyarakat.

Grafiti yang notebene merupakan coretan dengan cat semprot acap kali tidak digolongkan dalam sebuah seni. Tindakan vandal yang biasanya melekat pada grafiti dan terus menerus didengungkan. Hal ini lagi-lagi merupakan hal politis karena grafiti vokal melalui tembok-tembok kota menyuarakan keadaan yang mereka anggap ganjil, sehingga dianggap "menganggu" dan "mengotori" keindahan. Tidak jarang pula para grafiter harus berurusan dengan aparat keamanan dalam berkarya, kucing-kucingan di tengah keheningan malam.



Suasana yang kurang menguntungkan bagi perkembangan grafiti menjadikan grafiti ditampilkan lebih estetis pada ruang publik. Hal ini tidak lain untuk merangkul masyarakat agar tidak selalu melabeli grafiti dengan tindakan vandal. Tujuan dari hal tersebut agar masyarakat lebih dapat menangkap tujuan ataupun pesan yang ingin dikomunikasikan oleh grafiter. Sebagian kalangan mulai dapat menerima kehadiran grafiti dalam konsep lain yaitu sebagai "*street art*" atau seni jalanan. Namun, sebagaian besar masyarakat masih menilai grafiti sebagai tindakan vandal bukan sebuah karya seni.

Seni jalanan merupakan istilah yang digunakan sebagai pembeda dengan karya seni yang dibuat dengan meminta ijin dari pihak yang berwenang. Kata "jalanan" bukan sekedar menunjukan tempat namun lebih menekankan pada kebebasan ekspresi (Barry 2008: 30). Lebih tepatnya lagi, kebebasan ekspresi yang beraromakan perjuangan. Kebebasan tanpa adanya pesanan dari pihak-pihak lain, kebebasan bersuara tentang ruang publik yang penuh sesak dengan poster dan baliho iklan, kebebasan untuk bersuara seputar empati sosial tentang bencana, masalah-masalah sosial dan lain sebagainya

Menakar Grafiti Jogja

Kegairahan grafiti mulai muncul ketika menjelang akhir rezim Orde Baru seiring dengan desakan gelombang reformasi yang *begitu* kuat. *Begitu* pula dengan grafiti di Yogyakarta, grafiti dijadikan salah satu media protes dengan mencorat-coret tembok jalanan, gedung pemerintahan dan media-media lainnya. Yogyakarta mempunyai keunikan seputar dunia dinding jalanan yang disandingkan dengan budaya dan masyarakat Yogyakarta. Dilihat dari aktor yang berperan pada dunia dinding jalanan, bukanlah aktor sembarangan yang tidak berpendidikan. Mayoritas aktivis dunia dinding jalanan merupakan aktor yang

pernah mengenyam bangku pendidikan, misalnya pernah bersekolah pada sekolah seni ataupun pada sekolah-sekolah umum. Aktivis Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM) ataupun mahasiswa tidak jarang menggeluti grafiti sebagai cara untuk mengekspresikan apa yang mereka perjuangkan. Aktor-aktor dunia tembok jalanan Yogyakarta semakin plural bahkan sebagian masyarakat mulai ada yang tertarik untuk menggrafiti lingkungan sekitar mereka.

Kota budaya, kota pelajar bahkan hingga kota parkir disandang oleh Yogyakarta. Sebagai kota dengan sederet nama, Yogyakarta juga merupakan surganya para seniman jalanan, tidak terkecuali grafiti. Yogyakarta yang kental akan budayanya disatu sisi namun pada sisi lain dapat menerima budaya "lain" yang berkembang di masyarakat. Oleh karena itu dunia dinding jalanan tumbuh subur di Yogyakarta. Dunia dinding jalanan tidak serta merta langsung diterima oleh masyarakat Yogyakarta namun hal tersebut merupakan proses yang berlangsung cukup lama. Peran seniman jalanan, masyarakat dan pemerintah beserta aktor-aktor lainnya membuat seni jalanan lebih dekat dengan masyarakat dengan menuangkan realita yang ada dalam masyarakat menjadi sebuah karya menjadikan dunia dinding jalanan lambat laun diterima oleh masyarakat.

> *"Aku punya cerita lucu tapi berkesan Mbak. Dulu tho Mbak, aku pernah nggambar di tembok sebuah gang tetangga desaku, daerah Taman Siswo sama beberapa temenku. Lha dulu kan masih sembunyi-sembunyi, ngegambarnya malam Mbak. Takut ada ronda atau patroli polisi. Lha ternyata ada warga sek ronda malam, emang pas kebetulan banyak maling waktu itu. Sampai kejar-kejaran, tapi akhinya ketangkep juga, soale banyak warga yang bangun.*



> *Akhirnya, disuruh milih mau dilaporin polisi atau ninggal KTP. Waktu itu aku kebetulan bawa dompet soalnya aku pakai tas sekolahku buat tempat pilok. Katanya besok suruh nemuin ketua RT sekalian ngambil KTP. Setelah memberanikan diri, akhirnya aku menemui Pak RT. Kaget setengah mati aku Mbak ketika pak RT bilang: "Nek ngegambar mbok jangan malam-malam, kaya maling, hasile malah gak bagus kan, gek diselesein gembarnya, jangan lupa minta ijin sama yang punya tembok""* (Adit 2010, 29 Oktober)

Begitu-lah cerita seorang grafiter di Yogyakarta pada saat melancarkan aksinya di sebuah gang perkampungan penduduk. Kisah tersebut memperlihatkan sebagian masyarakat lambat laun mulai "menerima" grafiti. Sebagian besar masyarakat memang masih menilai grafiti sebagai tindakan vandal yang merusak dan mengotori tembok-tembok jalanan. Grafiti dinilai bukan sebagai karya seni jalanan, bukan pula sebagai media komunikasi. Masyarakat pada umumnya sudah menstempel grafiti sebagai tindakan vandal sehingga kurang hirau akan tujuan dan pesan mengapa grafiti hadir pada tembok-tembok jalanan. Padahal tidak selamanya tujuan grafiti adalah merusak, terdapat pula grafiti yang bertujuan untuk membangkitkan semangat, ajakan ataupun kritik sosial yang membangun.



Gambar 2.2
Grafiti berjudul "*Reged Marai Ruwet*"
Lokasi: Jalan W. Monginsidi
(Indriyati 2011)

Gambar tersebut memperlihatkan cara berkomunikasi grafiti kepada masyarakat. *Reged Marai Ruwet* yang artinya kotor membuat kesemrawutan merupakan pesan yang berusaha mengajak masyarakat untuk menjaga kebersihan sungai di sekitar. Pesan tersebut terispirasi oleh aliran sungai yang penuh dengan sampah sehingga selokan sering tersumbat dan terkadang banjir. Penempatan grafiti di sebuah perempatan dan pada sebuah dinding selokan merupakan cara berpolitik sehari-hari versi grafiter yaitu agar masyarakat menangkap pesan yang dikomunikasikan melalui grafiti. Sebagian masyarakat akan menilai grafiti tersebut "*nyleneh*" (baca: aneh), namun hal tersebut merupakan salah satu strategi agar masyarakat tertarik. Grafiter mengangkat realitas yang ada dalam kehidupan sehari-hari yang kurang dapat direspons oleh kacamata politik secara formal.

Grafiti juga tidak dapat dilepaskan dari inisial para *geng* pada tembok jalanan Yogyakarta. Grafiti tersebut yang banyak dinilai oleh masyarakat sebagai sebenar-benarnya grafiti. Sekitar tahun 1980-1990-an di Yogyakarta, bermunculan *geng-geng* yang cukup meresahkan masyarakat. QZR atau JXZ



merupakan *tag* inisial *geng* yang paling terkenal. Kedua *geng* tersebut saling serang dalam dunia dinding jalanan untuk menunjukan eksistensi mereka. Grafiti dengan *setting* orde baru yang mendoktrin seni hanya untuk seni dan grafiti bukanlah karya seni., dilanjutkan dengan *setting* coretan grafiti yang dibuat oleh sekelompok *geng* untuk meunujukan eksistensi mereka. Fenomena tersebut membuat masyarakat menilai grafiti sama dengan vandalisme.

Keberlangsungan dunia grafiti untuk menunjukan eksistensi *geng*, lambat laun mulai meredup di Yogyakarta. Mereka masih eksis namun tidak seperti pada masa kejayaan dunia grafiti *gangster*. Grafiti mulai berfokus kepada pesan yang ingin dikomunikasikan kepada masyarakat. Salah satu cara yang dilakukan yaitu dengan membuat grafiti lebih estetis, mulai dari warna, bentuk ataupun gaya. Agus Naim menyatakan setidaknya terdapat sembilan jenis grafiti yang berkembang hingga sekarang ini, dimana mural digolongkannya sebagai grafiti. Namun, penulis melihat konteks tersebut kurang sesuai dengan keadaan dunia grafiti di Yogyakarta sehingga penulis mengidentifikasi mural bukan bagian dari grafiti Yogyakarta namun merupakan bagian dari dunia dinding jalanan Yogyakarta.

Tabel 2.1: Jenis-Jenis Grafiti

No	Jenis	Karakter
1	*Bubble*	Grafiti dengan ciri khas lekukan bulat dan mengunakan line tebal.
2	*Wildstyle*	Graffiti perpaduan berbentuk paduan atar huruf yang sulit dibaca.
3	*Stencil*	Suatu gambar yang dibuat pola untuk dicat diatas pola tersebut.
4	*Rool up*	Tulisan tebal dengan warna hitam dan putih.
5	Stiker	Desain grafis grafiter untuk menyebarkan nama mereka.
6	*Throw up*	Sebuah nama grafiter yang dicat secara cepat.
7	*3 d*	Seni graffiti tingkat tinggi dengan perpaduan warna dan cahaya yang menciptakan objek tiga dimensi.
8	*Tagging*	Tulisan nama atau inisial grafiter.

Sumber: Agus Naim (2011)

Penamaan seniman jalanan merupakan penghargaan yang diberikan untuk orang-orang yang berkarya pada tembok-tembok jalan. Namun, penamaan tersebut tidak berlaku bagi semua orang yang berkarya di jalan. Seniman erat kaitannya karya seni yang dihasilkan, dimana seniman jalanan merupakan sebutan bagi para grafiter yang membuat grafiti secara estetis. Grafiter, *bomber*, *tag* ataupun *tagging* merupakan istilah keseharian dalam dunia grafiti. *Bomber* merupakan predikat yang diberikan kepada orang yang membuat grafiti secara lebih estetis, sedangkan *tagging* merupakan hasil karya grafiter yang berupa inisial nama *geng* ataupun nama grafiter tersebut. Grafiter dengan predikat *bomber* terkesan lebih "sopan" dari pada grafiter versi *tagging*.

Persebaran grafiti di Yogyakarta tidaklah merata di setiap daerah. Terdapat daerah yang sangat padat dengan grafiti, namun terdapat pula daerah yang keberadaan grafiti jarang ditemui pada daerah tersebut. Perbedaan kondisi fisik tiap



daerah dan karakteristik masyarakat beserta kehidupan sosial, budaya, ekonomi dan politik mempengaruhi keberadaan grafiti pada suatu wilayah.

Keberadaan seniman jalanan Yogyakarta terkonsentasi pada pusat kota yaitu kota Yogyakarta. Grafiti pada empat kabupaten lain seperti Sleman, Kulon Progo, Gunung Kidul maupun Bantul, tidak sepadat pada daerah Kota Yogyakarta. Berdasarkan wawancara dan pengamatan di lapangan, Bantul menduduki peringkat tiga setelah Kota Yogyakarta dan Sleman, sedangkan pada urutan selanjutnya yaitu Kulon Progo dan Gunung Kidul. Selain secara kuantitas, keberagaman jenis grafiti juga terletak pada pada kota Yogyakarta. Mulai dari grafiti yang bernuansa kritik sosial, grafiti politik hingga grafiti yang merupakan identitas para *geng*.

Kota Yogyakarta dan daerah sekitarnya merupakan daerah subur akan perkembangan grafiti jika dibandingkan dengan kabupaten lain. Hal tersebut karena Kota Yogyakarta merupakan pusat pemerintahan, pendidikan, ekonomi serta pusat kebudayaan. Kompleksitas kehidupan perkotaan menjadikan grafiti tampil sebagai media komunikasi *daily politics* yang mengangkat masalah-masalah menjadi sebuah potret pada tembok jalanan. Daerah padat grafiti di kota Yogyakarta, misalnya Jalan Mataram terutama gang-gang menuju taman budaya.

Titik yang menjadi *center poise art graffity* Yogyakarta yaitu perempatan antara jalan Prof. Herman Yohanes dan jalan Wahidin Sudirohusodo. Tembok pada perempatan tersebut atau yang lebih dikenal sebagai perempatan Galleria Mall menjadi titik paling sibuk dalam dunia dinding jalanan. Mural ataupun grafiti hingga *tagging* para *geng* ikut meramaikan tembok tersebut,

dimana coret-coretan tersebut sering kali berganti dalam waktu sehari atau dua hari bahkan dalam waktu semalam. Namun, tembok tersebut sekarang hancur dan berganti wajah menjadi kedai makanan.

Jalan Affandi atau yang terkenal dengan jalan Gejayan merupakan titik merebaknya grafiti pada daerah Sleman. Sepanjang jalan tersebut terlihat grafiti mulai dari grafiti *tagging* para *geng* hingga grafiti iklan pada *rolling door* toko ataupun ruko. Grafiti di daerah sleman terkonsentrasi pada pusat-pusat keramaian seperti pertokoan dan persilangan jalan. Konsentrasi tersebut masih terbilang dekat dengan Kota Yogyakarta yang merupakan magnet utama dunia grafiti di Yogyakarta. Jalan Magelang dan jalan Kaliurang juga terdapat grafiti namun tidak sepadat grafiti pada jalan Affandi.

Grafiti juga hadir pada tembok-tembok lingkungan sekitar kampus Universitas Negeri Yogyakarta (UNY) ataupun Universitas Gadjah Mada (UGM).



Gambar 2.3
Lokasi: Tembok Fakultas Pertenakan UGM-
(Indriyati 2011)



Pada tembok batas Pertenakan UGM dengan Teknik UNY, misalnya, terdapat pula pada tembok sepanjang gang sebelah Stadion UNY. Titik-titik tersebut merupakan *center poise art graffity* di lingkungan kampus. Grafiti pada tembok tersebut bergonta-ganti setiap saat, setiap bulan bahkan setiap minggu, wajah grafiti selalu berganti.

Situasi di Kabupaten Bantul, grafiti banyak terdapat pada daerah perbatasan Kabupaten Bantul dengan Kota Yogyakarta atupun dengan Kabupaten Sleman. Titik-tersebut antara lain sepanjang jalan Janti, tepanya sepanjang kiri-kanan tembok jalan tersebut. Daerah tersebut merupakan daerah padat lalu lintas dan masih terdapat pusat-pusat keramaian ataupun pusat ekonomi. Jika di Kota Yogyakarta tepatnya pada dinding jembatan layang daerah Lempuyangan terdapat mural yang menghiasinya, di Kabupaten Bantul juga terdapat grafiti yang meramaikan dinding sepanjang jalan Janti. Pada pusat Kota Kabupaten Bantul terdapat beberapa grafiti, misalnya sepanjang Jalan Bantul dan pada dinding SMA N 1 Bantul.

Kabupaten Kulon Progo dan Kabupaten Gunung Kidul, keberadaan grafiti terbilang sedikit. Namun tembok-tembok jalan di Kulon Progo sedikit lebih diramaikan dengan kehadiran grafiti dari pada di Gunung Kidul. Terdapat beberapa grafiti namun hanya beberapa pada pusat-pusat keramaian dan pada jalan-jalan arteri kabupaten, misalnya jalan Wonosari pada Kabupaten Gunung Kidul. Grafiti di Kulon Progo marak ketika terjadi konflik pasir besi, dimana grafiti ditujukan sebagai media protes yang dilakukan masyarakat. Terlihat di sebuah pos ronda yang digrafiti oleh warga Desa Garongan Kecamatan Panjatan. Grafiti tersebut berjudul "*Awas, Warga Garongan Siap Perang*".



"Awas, Warga Garongan Siap Perang"
Lokasi: Pos Ronda Desa Garongan. (Cloudfiles 2011)

Selain Yogyakarta, grafiti juga marak di kota-kota lainnya seperti Jakarta, Bandung maupun Surabaya. Perkembangan grafiti di Jakarta berawal dari coret-coretan para *geng*. Mereka saling berkontestasi menandai daerahnya masing-masing dengan *tagging*. Misalnya "T2R" merupakan *tagging* yang terkenal pada wilayah Tomang-Slipi-Grogrol. Sekitar tahun 1980-an ketenaran grafiti *geng* mulai redup. Grafiti dengan *tagging* nama-nama sekolah mulai bermunculan. "Kapal 616" merupakan *tagging* pada angkutan Kopaja yang bernomor 616 yang digunakan anak sekolah di daerah Blok Q, Kebayoran.

Perkembangan grafiti berlanjut dengan menjamurnya komunitas-komunitas grafiti dari berbagai kalangan, misalnya lingkungan kampus. *Artcoholic* yang merupakan komunitas seni jalanan yang berasal dari kampus yang namanya sempat mencuat di media massa dan elektronik sebagai salah satu komunitas yang menginspirasi anak muda Jakarta untuk menggunakan ruang publik untuk menuangkan ide kreatifnya



(Squad Urban Streetwear: 24). Para grafiter di Jakarta hingga sekarang masih *kucing-kucingan* dalam melaksanakan aksinya karena larangan pemerintah Jakarta akan dunia coret-coret dinding jalanan yang dianggap merusak, mengotori dan menimbulkan perkelahian. Namun, komunitas grafiti tidak selamanya identik dengan vandalisme, hal ini tercermin oleh komunitas grafiti Tembok *Bomber*. Mereka memperindah TK Rahayu Terpadu Satu Atap SDN Pasir Tengah 01. Desa Sukaharja, Kecamatan Cijeruk, Bogor dengan grafiti. Tembok TK yang tadinya kusam dan penuh dengan coret-coretan para murid berubah menjadi warna-warni sehingga diharapkan para murid menjadi semangat serta nyaman di sekolah (Tunascendikia 2011).

Grafiti di Bandung juga mengalami nasib yang sama, pemerintah lewat aparatnya mengawasi dan menindak grafiter jika ketahuan melancarkan aksinya. Tahun 1970-1980-an di Bandung, berkembang grafiti dengan *tagging geng*. "Orexas" merupakan kependekan dari Organisasi Sex Bebas, yang cukup populer pada masa itu. Pionir-pionir grafiti di Bandung, antara lain The Yellow Dino, Mondayz, Tell Them, M.U.T.E., FAB Family, CikCuk, Demn. Lambat laun, grafiti mulai dapat diterima terbukti dengan beberapa daerah yang diperbolehkan oleh masyarakat dan pemerintah untuk di-*bombing* grafiti misalnya tiang jembatan Pasopati atau tembok di sepanjang jalan Babakan Siliwangi.

Bandung dengan julukannya sebagai kota distro menjadikan kawula muda Bandung sangat kreatif. Kaum muda sebagai tombak industri kreatif diakui oleh lembaga-lembaga formal dalam kota, dimana mereka berkumpul dalam suatu komuniatas-komunitas. Jaringan tersebutlah yang memudahkan perkembangan grafiti di Bandung pada masa sekarang sehingga

perkembangan grafiti di Bandung menjadi lebih terarah (Ngiuphobia 2008). Grafiti mulai merambah dunia bisnis, misalnya kaos, tas ataupun jaket yang bermotifkan grafiti marak dijumpai pada distro-distro kota kembang tersebut. Selain itu, grafiti mulai dilirik sebagai kegiatan yang menghasilkan, seperti yang dilakukan Sutarya (Liputan6.com 2011). Menjelang tahun ajaran baru, Sutarya kebanjiran order untuk membuat grafiti pada taman kanak-kanak.

Senada dengan perkembangan grafiti di Jakarta dan Bandung, grafiti di Surabaya juga berawal dari *kucing-kucingan* dengan aparat keamanan dalam proses pembuatannya. Lambat laun grafiti mulai diterima oleh sebagian kalangan masyarakat, terlihat grafiti yang terdapat pada kawasan Margorejo dan Gunungsari. Acara-acara seputar dunia grafitipun banyak digelar. *Totally Brown Paper* merupakan acara yang diadakan oleh MNC (*Monica Never Come*), *NGACO Farms*, dan *Shifter Crew* pada tahun 2006, mereka adalah komunitas grafiti Surabaya dan Malang. Pada acara tersebut terdapat workshop yang berisi materi *grafitti profile, live drawing, live tutorial how to draw grafiti.* Tujuan diadakannya acara tersebut untuk menarik minat grafiter pemula untuk lebih tahu tentang grafiti. Selain itu, pada acara hari jadi STIKOM Surabaya juga dimeriahkan oleh grafiti untuk membangkitkan kreativitas mahasiswanya. Panitia menggelar kontes grafiti yang diadakan di parkir timur Plaza Surabaya.

Berdasar cerita perjalanan grafiti pada kota-kota lainnya, Yogyakarta mampu menjadi magnet bagi aktor dunia dinding jalanan seperti Jakarta, Surabaya ataupun Bandung. Salah satu alasan mengapa Yogyakarta mampu menarik minat grafiter dari berbagai kota, yakni karena grafiti diangkat pamornya pertama kali di Yogyakarta. Grafiti naik pamor sekitar tahun 1990-an ketika YB Mangunwijaya mengangkat grafiti

dalam program kesenian yang bertema grafiti dan mural untuk perkampungan kumuh di pinggiran Kali Code. Suasana perkampungan yang kumuh dipoles menjadi lebih artistik dan berwarna. Program Romo Mangun tersebut mampu mempertemukan berbagai aktor yang ada mulai dari masyarakat, seniman hingga pemerintah. Program-program seperti ini yang membuat grafiti menjadi semakin dekat dengan masyarakat. Realitas keseharian masyarakat Kali Code yang dituangkan ke dalam grafiti ataupun mural merupakan cara grafiter untuk berkomunikasi kepada masyarakat.

Grafiter yang identik dengan tindakan vandal ternyata mempunyai cerita lain di Yogyakarta.

> *Kita memang sering "iseng" Mbak, ngegambarin tembok rumah orang, kadang minta ijin tapi sering-seringnya gak minta ijin. Tapi nek ngegambari tembok kraton, "Ora wani aku, ndak kuwalat". Sapa lagi yang akan menjaga, kalo bukan kita sebagai orang Jogja. Kadang juga ada grafiter dari kota lain yang guyon (baca:bercanda) ngajakin tapi kita jelasin pada mereka bahwa di Jogja banyak tempat-tempat sakral yang harus dijaga dan dilestarikan* (Andy 2010, wawancara, 5 November).

Sebagai Kota Budaya, Yogyakarta kental akan tempat-tempat bersejarah yang terus dipelihara dan dikembangkan menjadi objek wisata. Grafiter yang nobene sebagai warga Yogyakarta juga merasa perlu untuk menjaga *heritage* tersebut dengan tidak mengotorinya dengan dunia grafiti. Dunia grafiti Yogyakarta menyimpan keunikan jika dibanding dengan grafiti pada kota-kota lain. Hal tersebutlah yang menjadikan dunia grafiti Yogyakarta menjadi magnet bagi grafiter dari daerah lain untuk menungkan karyanya di Yogyakarta.

Penutup

Dunia tembok jalanan, memanglah kompleks dan dinamis, dinamika dunia tembok jalanan mempunyai karakter tersendiri, mulai dari grafiti yang berisi pesan pengharapan, grafiti sebagai penggobar semangat, grafiti sebagai media kritik ataupun grafiti yang berfungsi untuk memperindah kota. Perjalanan grafiti menunjukan bahwa karakteristik grafiti berkorelasi dengan kondisi sosial, politik, ekonomi ataupun budaya yang melingkupinya. Perkembangan grafiti bukannya tanpa hambatan, pemerintah era orde baru yang melakukan depolitisasi semua lini kehidupan termasuk dunia dinding jalanan menjadikan grafiti tidak dapat berkembang secara leluasa.

Yogyakarta mendapat predikat surganya seniman jalanan hal tersebut menandakan dunia dinding jalanan Yogyakarta diperhitungkan, *begitu* pula dengan dunia grafiti Yogyakarta. Sebagai media komunikasi politik sehari-hari, grafiti berusaha mengangkat kekomplekan fenomena kehidupan perkotaan ke dalam suatu karya pada tembok jalanan. Setiap grafiti mempunyai tujuan dalam pembuatannya, grafiti yang berisi *tagging geng* merupakan cara para *geng* untuk menandai daerah keuasaannya, *begitu* pula grafiti yang berisi kritik sosial merupakan cara grafiter bersuara untuk memperingatkan atau mengajak masyarakat.

Dunia grafiti Yogyakarta menyimpan berbagai warna yang merepresentasikan kehidupan sehari-hari masyarakat



BAGIAN KETIGA:
DUNIA POLITIK SEHARI-HARI (DAILY POLITICS) VERSI GRAFITI

Dunia politik, secara umum dikaitkan erat dengan kekuasaan dalam ranah pemerintahan, seperti pemilu, kebijakan pemerintah ataupun perundang-undangan. Pemikiran politik formal nampaknya masih mendominasi cara untuk memandang bekerjanya kekuasaan. Untuk mengkerangkai dinamika masyarakat yang semakin kompleks, kerangka pikir politik formal mempunyai celah untuk dapat merespons kekompleksan yang ada dalam masyarakat. Untuk menyelesaikan permasalahan yang ada, masyarakat kadangkala mempunyai cara berpolitik versi masyarakat. Oleh karena itu, diperlukan kacamata baru untuk melihat fenomena masyarakat dewasa ini.

Daily politics merupakan kacamata baru untuk memandang fenomena bekerjanya kekuasaan pada ranah masyarakat. Politik sehari-hari yang dilakukan masyarakat untuk merespons permasalahan yang ada pada lingkungan sekitar mereka. Politik versi masyarakat ini tidak meniadakan kerangka pikir politik formal, namun melengkapi cara pandang politik formal agar dapat merespon realita yang terdapat pada masyarakat. Fenomena *daily politics*, secara umum tidak dinilai sebagai politik jika dikerangkai dengan kacamata politik formal.



Tujuan *daily politics* bukan untuk menggulingkan, mendapat ataupun mempertahankan kekuasaan, namun *daily politics* lebih hirau terhadap permasalahan sehari-hari yang dekat dengan masyarakat.

Perbedaan cara pandang tersebut memperlihatkan adanya pergeseran dalam melihat apa itu politik. Persegeran yang menunjukan semakin dekat dengan politik formal ataupun semakin berfokus terhadap kajian-kajian dalam masyarakat. Kacamata *daily politics* memperlihatkan fokus kajian yang lebih menitikberatkan fenomena politik dalam keseharian masyarakat. Setidaknya terdapat beberapa unsur untuk memetakan pergeseran paradigma politik yaitu terminologi untuk melihat politik, metodologi, karakter kelembagaan, fenomena yang menjadi fokus dan media yang digunakan. Pada pembahasan, untuk memetakan *daily politik* versi grafiter akan difokuskan pada unsur isu yang diangkat, karakter kelembagaan dan media yang digunakan. Hal tersebut sesuai dengan konsep grafiti sebagai media komunikasi politik sehari-hari versi grafiter.

Membawa Realitas Kehidupan dalam Grafiti

Potret sepanjang jalan pada suatu kota penuh sesak dengan baliho iklan, spanduk, poster hingga grafiti ataupun mural. Ornamen jalanan tersebut saling bersaing untuk mendapatkan perhatian dari warga kota, khususnya pengguna jalanan. Grafiti secara umum berkembang dalam masyarakat perkotaan, masyarakat yang heterogen dan kompleks. Kemunculan grafiti merupakan respon dari fenomena perkotaan yang dituangkan pada dinding jalanan. Privatnya ruang publik bagi masyarakat atau kurangnya media untuk menyalurkan aspirasi dapat menjadi alasan mengapa grafiti menjamur. Selain itu, keunikan Yogyakarta dalam segi sosial, budaya ataupun

politik juga dapat menjadi inspirasi para grafiter dalam pembuatan karyanya. Grafiter berusaha menuangkan realitas kehidupan di sekitar mereka ke dalam kanvas tembok jalanan sebagai upaya untuk mengkomunikasikan gagasan mereka.

Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) merupakan daerah otonom setingkat provinsi menurut Undang-undang No. 3 jo 19 tahun 1950 (Poerwokoesoemo 1984:1). Yogyakarta atau yang terkenal dengan sebutan Jogja, merupakan daerah yang istimewa dengan segudang pesona. Pusat-pusat dan peninggalan kebudayaan yang masih lestari, misalnya keraton dan tempat-tempat bersejarah lainnya, cerita heroik Yogyakarta dalam masa perjuangan kemerdekaan Indonesia hingga potensi di bidang pendidikan menjadikan Yogyakarta mempunyai daya tarik tersendiri. Keberagaman dan kekompleksan tersebut ikut mewarnai dunia dinding jalanan yang menjamur di Yogyakarta.

Yogyakarta sebagai sebuah wilayah menjadi tempat berlangsungnya berbagai aktivitas, mulai dari aktivitas sosial, politik, ekonomi ataupun aktivitas kebudayaan bagi masyarakat yang mendiaminya. Bermacam-macamnya kebutuhan menjadikan sesama anggota masyarakat saling berinteraksi hingga mencapai suatu sistem bersama untuk memenuhi kebutuhan mereka. Dunia dinding jalanan khususnya grafiti, dikonstrusikan sebagai realitas yang "menyimpang" oleh penguasa masa lalu (baca:Orde Baru). Masyarakat diajak untuk menstempel grafiti sebagai perbuatan yang merusak sehingga realitas yang ingin direpresentasikan oleh grafiter melalui grafiti menjadi tertutupi oleh stempel negatif tersebut.

Setidaknya ada beberapa predikat yang disandang Yogyakarta seperti sebagai kota perjuangan, kota kebudayaan, kota pariwisata dan kota pelajar (Dinas Perhubungan,

Komunikasi dan Informatika DIY 2010). Kota perjuangan karena peran Yogyakarta dalam masa perjuangan kemerdekaan baik pada masa penjajahan Belanda, penjajahan Jepang ataupun pada masa mempertahankan kemerdekaan. Budaya masyarakat Yogyakarta yang masih terpelihara, baik dalam bentuk peninggalan fisik ataupun tradisinya oleh karena itu julukan kota kebudayaan melekat pada Yogyakarta. Sebagai kota pariwisata berbagai jenis obyek wisata dikembangkan di wilayah ini, seperti wisata alam, wisata sejarah, wisata budaya, wisata pendidikan, bahkan, yang terbaru, wisata malam yang menambah daya tarik Yogyakarta. Selain itu, miniatur Indonesia juga disandang Yogyakarta sebagai kota pelajar, dimana pelajar dari berbagai daerah di Indonesia dapat diterima di Yogyakarta untuk menuntut ilmu bersama.

Grafiti dapat dipahami sebagai rangkaian tanda atau simbol yang merepresentasikan suatu realitas. Sapuan cat semprot pada tembok jalanan mewakili simbol yang berupa kata atau kalimat sebagai sebuah pesan. Sebagai rangkaian tanda, jika dipahami dengan cara pandang umum hanya terlihat sebagai tulisan atau coretan pada sebuah dinding jalanan. Cara pandang tersebut menjadikan realitas yang terkandung dalam grafiti kurang tertampilkan bahkan tidak terbaca. Menjadi hal yang wajar jika masyarakat secara umum kurang dapat memahami apa tujuan dari pembuatan grafiti, apalagi dengan stempel negatif yang melabeli dunia dinding jalanan.

Bahasa merupakan cara untuk berkomunikasi dengan orang lain, melalui bahasa kita dapat menggambarkan apa yang kita inginkan dan apa yang ingin kita sampaikan. Aspek penting dari bahasa yaitu sebagai medium yang menjadi perantara dalam memaknai sesuatu, memproduksi dan mengubah makna (Yogalani 2011). Tulisan, lisan, simbol ataupun tanda merupakan



bentuk-bentuk dari bahasa yang ingin merepresentasikan suatu hal. Dunia dinding jalanan khususnya grafiti berusaha berkomunikasi melalui bahasa pada tembok-tembok jalanan. Hal tersebut sesuai dengan pendekatan intensional dalam memaknai representasi makna melalui bahasa, dimana kita menggunakan bahasa untuk mengkomunikasikan sesuatu sesuai dengan cara pandang kita terhadap sesuatu. Representasi adalah produksi makna melalui bahasa, bahasa para grafiter pada tembok jalanan Yogyakarta.

Dunia dinding jalanan dapat dimaknai sebagai bahasa visual yang merepresentasikan suatu realitas versi aktor dinding jalanan. *Begitu* halnya dengan dunia grafiti yang merupakan dunia simbol, bahwa tulisan atau gambar merupakan suatu bentuk simbol yang mengandung informasi. Menurut Firestone terdapat tiga realitas dalam kehidupan ini yaitu realitas seksual, realitas budaya dan realitas ekonomi (Budiman A 1985: 40). Gambaran mengenai realitas seksual terlihat dalam kontradiksi antara laki-laki dan perempuan. Kontradiksi antara estetika dan teknologi merupakan contoh dari fenomena realitas kebudayaan, sedangkan realitas ekonomi kontradiksi yang ada yaitu antara kelas yang tidak menguasai kapital dan kelas yang menguasai kapital.

Realitas yang diceritakan grafiti melalui tembok jalanan Yogyakarta sangat bervariasi. Keberagaman tersebut terlihat pada grafiti yang dinilai sebagai representasi realitas mengenai simbol indentitas keakuan, yang digrafitikan oleh para *geng* sebagai penanda daerah kekuasaannya. Grafiti yang berisi sindiran, kritik ataupun saran mengenai realitas sosial ataupun politik tidak luput dari perhatian para grafiter untuk meramaikan dinding jalanan Yogyakarta. Selain itu, realitas ekonomi dalam grafiti terlihat dalam grafiti yang bernuansa komersil sebagai



media promosi suatu produk atau jasa. Realitas yang direpresentasikan grafiti, dalam *daily politics* dapat dinilai sebagai isu atau fokus yang diangkat oleh para grafiter sebagai upaya komunikasi politik sehari-hari versi grafiter.

Realitas Sosial Jogja dalam Kacamata Grafiti

Green Village Pioneer For Green Justice merupakan judul grafiti pada sebuah sudut arena oleh raga warga RT 45 yaitu sebuah kampung dengan julukan "Kampung Hijau". Julukan tersebut merupakan hasil keringat para warga RT 45 khusunya ibu-ibu untuk membuat lingkungan mereka bersih dari sampah dan nampak hijau. Grafiti dihadirkan untuk mendukung tujuan tersebut yaitu menciptakan semangat melalui pesan yang grafitikan pada dinding-dinding kampung. Warga atau pendatang dapat menikmati grafiti tersebut sebagai penanda dan pengingat akan semangat "Kampung Hijau". Grafiti dalam konteks ini merepresentasikan kehidupan sosial masyarakat sehingga dapat dikatakan sebagai grafiti yang bernuansa sosial. Grafiter diundang oleh masyarakat untuk berpartisipasi menyalurkan bakatnya, bersama-sama membangun masyarakat.



Gambar 3.1
"Green Village Pioneer For Green Justice"
Lokasi: RT 45 RW 08, Gambiran Baru, Pandean, Umbulharjo, Yogyakarta.
(Kompasiana 2011)

Grafiti yang bernuansa sosial juga ditemukan pada saat Yogyakarta terkena Letusan Merapi 2010. Kerusakan baik material maupun non material sangat terlihat pda saat bencana tersebut. Warga banyak yang mengungsi, sektor ekonomi menjadi lumpuh, *Begitu* halnya dengan sektor pemerintahan. Untuk sektor peternakan di Kabupaten Sleman saja merugi sekitar Rp 149 miliar akibat erupsi merapi (Antaranews 2011). Sebagai kota pariwisata, hiruk-pikuk pariwisata Yogyakarta bukan lagi berfokus pada wisata budaya ataupun wisata alamnya, namun berfokus pada bantuan untuk korban merapi.

> *Kita membuat grafiti ini sebagai salah satu bentuk solidaritas untuk Merapi sebagai warga Jogja. Walaupun cuma coretan, setidaknya dapat menjadi pembangkit semangatlah jika ada orang yang lihat. Kalo kita itu "kere" (baca: miskin) untuk ngasih bantuan yang berarti. Cuma modal pilox aja. Paling ya ini, yang bisa kita berikan sebagai dukungan untuk warga Jogja* (Tata 2010, wawancara, 5 November).

Wawancara ini berlangsung ketika Yogyakarta diguyur hujan abu vulkanik akibat Erupsi Merapi. Berikut merupakan salah satu contoh grafiti yang dibuat oleh *Crew* Oyster sebagai bentuk dukungan untuk membangkitkan semangat warga Yogyakarta.





Gambar 3.2
Lokasi: Tembok Apotik Sudji, Pakualaman.
(Indriyati 2010)

Grafiti tersebut juga dimaksudkan untuk mengembalikan kepercayaan wisatawan agar mengunjungi Yogyakarta. Dukungan para grafiter untuk warga Yogyakarta juga terlihat ketika bencana Gempa Yogyakarta pada tanggal 27 Mei 2006. Komunitas *Jogja Ilegal Crew* (JIC) membuat grafiti berjudul "Jogja Pasti Bangkit", seperti yang terlihat pada gambar 3.3. Grafiter merespon kondisi lingkungan sekitar mereka dengan membuat grafiti untuk mengkomunikasikan gagasan mereka.



Gambar 3.3
Grafiti berjudul "*Yogya Pasti Bangkit*".
(Ladangkata 2011)

Secara sosial-budaya, Yogyakarta merupakan kota yang unik dilihat dari dari sejarah, budaya ataupun masyarakatnya. Berbagai keistimewaan Yogyakarta tersebutlah yang tidak jarang menginspirasi grafiter Jogja untuk berkarya. Semangat *tepo sliro* grafiter yang notabene merupakan bagian dari masyarakat Yogyakarta terlihat dari karya yang mereka hasilkan. Sebagai bentuk dukungan, grafiti juga hadir bukan hanya ketika masyarakat Yogyakarta sedang tertimpa musibah, namun grafiti dihadirkan untuk bersama-sama membangun masyarakat. Terlihat dalam dihadirkannya grafiti dalam "Kampung Hijau" ataupun pada "Kampung *Cyber*". Grafiti berpolitik sehari-hari dengan mengkomunikasikan gagasan mereka mengenai realitas sosial masyarakat Jogja ke dalam sebuah grafiti pada media tembok.

Kacamata Grafiti dalam Realitas Politik Jogja

Selain realitas sosial, realitas politik merupakan salah satu realitas yang dipilih untuk direpresentasikan oleh grafiti Jogja. Grafiti yang merepresentasikan realitas politik dalam kacamata politik formal, memang tidaklah sebanyak grafiti yang merepresentasikan realitas sosial. Nuansa politik dalam grafiti dapat dikatakan jarang dan hanya menyentuh isu-isu yang fenomenal dalam dinamika politik Yogyakarta.





Gambar 3.4
Lokasi: Tembok Sebelah Stadion UNY.
(Indriyati 2011)



Gambar 3.5
Lokasi: Tembok sebelah barat perempatan
Jalan Lowanu
(Indriyati 2011)

Begitu pula grafiti pada tembok *traffic light* Jalan Suryotomo depan Hotel Melipurosani yang berjudul "Jogja Istimewa", tidak terdapat *tag* atau inisial grafiter



Gambar 3.6
Lokasi: Tembok *traffic light* Jalan Suryotomo
depan Hotel Melipurosani
(Indriyati 2011)

Grafiti yang merepresentasikan realitas politik formal, berbeda dengan grafiti yang yang merepresentasikan identitas keakuan, "aku" ataupun "kami". Identitas keakuan tersebut merupakan bentuk eksistensi komunitas grafiti di Yogyakarta. Grafiti yang bernuansa politik (formal) biasanya dibuat tanpa adanya *tag* atau inisial pelaku. Selain untuk keamanan grafiter yang membuatnya, ketiadaan inisial pada grafiti yang bernuansa politik untuk menghindari ketegangan antar *crew* sesama grafiter ataupun dengan aktor-aktor dunia jalanan lainnya.

Sementara, grafiti yang merupakan inisial suatu kelompok, *geng* ataupun individu jarang dinilai sebagai grafiti yang mempunyai unsur politis. Kacamata *daily politics* menyuguhkan fenomena tersebut sebagai sebuah politik sehari-hari versi grafiter untuk menunjukan identitas "keakuan". Pada perkembangannya grafiti yang pembuatannya mengkombinasikan unsur garis, bentuk dan warna sehingga menghasilkan grafiti yang estetis dikenal sebagai *street art*[1].

[1] Pada awalnya terdapat perdebatan untuk mengolongkan grafiti ke dalam sebuah seni atau bukan seni. Grafiti dengan kanvas tembok jalanan dan





Gambar 3.7
Lokasi: Tembok Apotik Sudji, Pakualaman.
(Indriyati 201)

Grafiti tersebut dibuat oleh *Crew Mammy Boys* dengan anggota Andy dan Tamoca, yang merupakan nama pada dunia dinding jalanan. Dalam kacamata *daily politics,* grafiti tersebut merupakan cara untuk berpolitik sehari-hari versi *Crew* Mammy Boys yaitu dengan mengkomunikasikan bahwa mereka ada melaui grafiti tersebut yang terpampang pada sebuah pertigaan.

Begitu halnya dengan grafiti yang merupakan inisial *geng*, grafiti tersebut merupakan cara berpolitik sehari-hari para *geng* sebagai wujud eksistensi dan penanda daerah kekuasaanya. Semakin banyak grafiti pada sudut-sudut kota semakin populer pula *geng* tersebut, sehingga mereka berlomba-lomba mencorat-coret untuk mengkomunikasikan bahwa mereka ada

---

cat semprot sebagai kuasnya menjadikan sebagaian kalangan kurang menerima grafiti jika digolongkan ke dalam seni. Grafiti yang menonjolkan komposisi garis, bentuk dan warna sehingga terkesan lebih estetis mulai banyak bermunculan dan mulai dikenal dengan sebutan *street art*. Hal tersebut menjadikan grafiti yang merupakan coret-coretan inisial geng menjadi kurang estetis dan terkesan sebagai tindakan vandal.



Gambar 3.8
Lokasi: Tembok pada Jalan Gambir
(Indriyati 2011)

Realitas yang direpresentasikan grafiti yang bernuansa *street art* ataupun identitas para *geng* merupakan realitas politik sehari-hari versi grafiter sebagai bentuk komunikasi baik antar sesama grafiter ataupun dengan dunia dinding jalanan Yogyakarta.

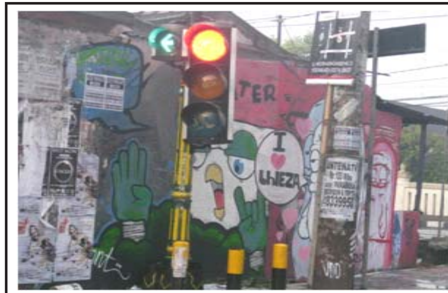
Terdapat pula grafiti yang bernuansa identitas "keakuan" yang merepresentasikan identitas suatu komunitas di luar dunia grafiti. Misalnya saja komunitas suporter sepak bola di Yogyakarta, sebut saja Brajamusti. Berbicara mengenai Brajamusti tidak dapat dipisahkan dengan Perserikatan Sepak Bola Indonesia Mataram (PSIM) Yogyakarta. Brajamusti adalah suporter dari PSIM Yogyakarta. Mereka sering menggrafiti suatu tembok untuk menunjukan kebanggaan atas klub yang mereka dukung. Selain itu, grafiti tersebut ditujukan juga untuk menciutkan nyali lawan-lawannya. Seperti grafiti pada gambar 3.9, grafiti tersebut berjudul "BRAJAMUSTI BLUE CRIME 014".





Gambar 3.9
Lokasi: Tembok sebuah gang di Jalan Sisingamangaraja
(Indriyati 2011)

Selain grafiti yang menunjukan identitas kelompok, terdapat pula grafiti yang merupakan ekspresi perorangan.



Gambar 3.10
Lokasi: Tembok di Perempatan Jalan Gayam
(Indriyati 2011)

Grafiti tersebut sangat pribadi dan dekat dengan keseharian kita. Berbagai ekspresi berusaha diungkapkan merupakan mulai dari ucapan ulang tahun hingga ungkapan rasa sayang. Seperti grafiti yang berjudul "I Love Lhieza". Grafiti tersebut merupakan luapan kasih sayang seorang grafiter untuk seorang perempuan yang bernama Lhieza. Grafiti dijadikan



media komunikasi sehari-hari versi grafiter bahkan untuk mengkomunikasikan suatu hal yang sangat pribadi. Realitas politik Yogyakarta dari berbagai kacamata telah dikomunikasikankan oleh grafiti, mulai grafiti yang menyentuh politik formal hingga grafiti yang merupakan *daily politics* dengan berbagai variasinya.

Representasi Realitas Ekonomi Jogja dalam Grafiti

Masyarakat Yogyakarta berdomisili di Kota Yogyakarta, Bantul, Sleman, Kulonprogo dan Gunung Kidul, jumlah populasi sekitar 3,5 juta. Sebanyak 70 persen adalah petani dan buruh, 25 persen wiraswasta dan lima persen adalah PNS/dosen/anggota dewan, karyawan BUMN dan pekerja formal lainnya (Ramadhani 2011). Demikianlah komposisi masyarakat Yogyakarta jika dilihat dari segi mata pencaharian. Nafas Yogyakarta sebagai kota pariwisata ataupun kota budaya turut memberi warna kehidupan perekonomian di Yogyakarta dan sekitarnya. Walaupun sebagian besar masyarakat Yogyakarta bermata pencaharian sebagai petani dan buruh, namun dunia dinding jalanan lebih menjamur pada masyarakat perkotaan di Yogyakarta. Tepatnya pada Kota Yogyakarta dan daerah sekitarnya, termasuk zona perbatasan antar kabupaten. Daerah tersebut merupakan pusat-pusat keramaian, mulai dari perdagangan, hiburan, hingga jalan-jalan arteri yang menjadi sarana lihir mudik.

Grafiti hadir dalam masyarakat perkotaan yang kompleks dan senantiasa disibukan dengan dinamika perekonomiannya. Masyarakat menjadi semakin konsumtif, invidualis dan masyarakat juga semakin materealistis. Berbagai sudut kota, pada perempatan, pinggir jalan bahkan pada tembok bangunan berjejer iklan-iklan. Mulai dari spanduk, poster hingga

baliho-baliho ukuran jumbo ikut menambah kesemrawutan kota. Pengguna jalan dipaksa secara sadar atau tidak sadar untuk melihat iklan-iklan tersebut. Baliho dengan ukuran cukup besar dan dengan pencahayaan yang terang, bahkan lebih terang dari pada lampu jalan merupakan upaya untuk menggoda masyarakat dan para pengguna jalan.

Tujuan dari dibidiknya grafiti sebagai salah satu media iklan yaitu grafiti yang identikan dekat dengan anak muda sehingga dapat menjadi magnet untuk promosi. Remaja yang sedang menginjak usia dewasa, mereka butuh eksistensi, salah satunya dengan busana dan berbagai atributnya. Biaya yang murah menjadi salah satu alasan lainnya. Hanya dengan bermodalkan cat semprot dan karton yang dilubangi, dapat dibuat grafiti sebanyak mungkin dan pada tembok manapun sesuai dengan keinginan. Selain itu, grafiti lebih tahan lama jika dibandingkan selebaran ataupun poster. Grafiti jenis ini tidak menampilkan inisial pembuatnya karena tujuannya untuk promosi suatu acara atau produk.

Dunia tembok jalanan khususnya grafiti yang menuangkan karyanya pada kanvas tembok jalanan mulai dilirik untuk menjadi media iklan. Grafiti dengan berbentuk baju dengan kombinasi huruf tersebut bergaya Stencil. Konsep dalam grafiti yang dibuat pola untuk dicat di atas pola tersebut. *Jogja Clothing Attack* merupakan sebuah acara pameran *distribution outlet* (distro) yang berlangsung dari 5-7 Februari 2010 di GOR UNY.



Gambar 3.11
Lokasi: Tembok di perempatan Sagan
(Indriyati 2010)

Jogja Clothing Attack merupakan acara kawula muda yang ingin berbelanja mulai dari baju, tas, topi hingga sandal atau sepatu. Gambar tersebut merupakan bukti bahwa grafiti mulai dilirik sebagai media promosi.

Maraknya acara yang menjadikan sasaran remaja Yogyakarta sebagai subyeknya, tidak lain karena Yogyakarta merupakan kota pelajar. Dengan kata lain banyak pelajar ataupun mahasiswa yang menuntut ilmu dan menetap di Yogyakarta. *Kickfest* merupakan acara sejenis *Jogja Clothing Attack* yang digelar pada 1-3 April di gedung JEC. Berbagai strategi promosi di lakukan untuk menarik sebanyak mungkin kawula muda Yogyakarta. Mulai dari spanduk, poster hingga grafiti berjajar di sepanjang jalan sebagai bentuk promosi.





Gambar 3.12
Lokasi: Tembok di Sagan
(Indriyati 2011)

Grafiti yang dilirik sebagai media promosi mayoritas hanya terdapat pada daerah dengan konsentrasi keramaian dan perkotaan. Sekelumit realitas ekonomi yang terjadi di Yogyakarta telah teresentasikan oleh grafiti walaupun tujuan pembuatannya untuk iklan.

Potret Realitas Budaya dalam Grafiti Jogja

"*Narkoba, Ayo Gek Ndang Dbantas!*" merupakan judul dari grafiti yang berada di Jalan Suryopranoto. Grafiti ini merupakan himbauan kepada masyarakat untuk memberantas narkoba dengan segera. Narkoba sangat meresahkan masyarakat, menjadi momok yang merusak mental dan perkembangan anak muda. Realitas yang ingin ditampilkan oleh grafiter yaitu fenomena narkoba yang meresahkan masyarakat, oleh karena itu, grafiter mengajak masyarakat untuk bersama-sama memberantas narkoba.



Gambar 3.13
Lokasi: Tembok Jalan Suryopranoto
(Indriyati 2011)

Grafiti tersebut dibuat dengan mengunakan Bahasa Jawa langgam Yogyakarta, dimaksudkan untuk mendekatkan diri dengan masyarakat karena Bahasa Jawa merupakan bahasa umum yang digunakan masyarakat Yogyakarta. Selain itu, dari segi pesan komunikasi juga tertransfer secara lebih luas kepada masyarakat Yogyakarta karena penggunaan bahasa daerah.

Grafiti yang memasukan unsur budaya ke dalam karyanya juga terdapat pada sebuah gang perkampungan di Jalan Tritunggal. Judul dari grafiti tersebut yaitu "*Sinau Sik Bro*" yang berarti *"belajar dahulu bro"*. Selain penggunaan bahasa daerah, grafiti tersebut juga berusaha mencerminkan Yogyakarta sebagai kota pelajar dengan mengajak masyarakat untuk belajar bersama khususnya untuk pelajar putra dengan panggilan *"bro"*. Grafiti yang bernuansa budaya lebih merupakan himbauan, saran ataupun ajakan untuk masyarakat. Penggunaan bahasa daerah ataupun pernak-pernik budaya Yogyakarta merupakan upaya untuk mendekatkan grafiti kepada masyarakat. Tujuannya agar pesan dari grafiti lebih mudah ditangkap dan dimengerti masyarakat.





Gambar 3.14
Lokasi: Tembok di sebuah gang Jalan Tritunggal.
(Indriyati 2011)

Kacamata grafiti menilai Yogyakarta menyimpan keunikan dan kekomplekan seputar kehidupan di dalamnya. Berbagai realitas berusaha direpresentasikan oleh grafiter melalui grafiti. Mulai dari realitas sosial, budaya, ekonomi hingga realitas politik formal maupun *daily politics.* Realitas-realitas tersebutlah yang diusung grafiti sebagai isu yang diangkat dalam konteks *daily politics*. Grafiti berusaha mengkomunikasikan suatu realitas yang dipotretnya dan kemudian dikomunikasikan kepada masyarakat. Komunikasi tersebut melalui media tembok jalanan sebagai kanvasnya dan cat semprot sebagai kuasnya. Cara tersebut merupakan politik sehari-hari versi grafiter dalam berkarya.

Wadah Berkumpulnya Dunia Grafiti

Dalam kerangka *daily politics,* selain realitas-realitas yang dipotret grafiti sebagai isu yang diangkat, pengorganisasian dan mekanisme untuk mengangkat suatu realitas, merupakan rangkaian selanjutnya. Realitas tersebut merupakan isi dari pesan komunikasi sehari-hari versi grafiter. Sebagai aktor yang

membuat grafiti, grafiter mempunyai cara untuk mengatur dunia mereka. Termasuk bagaimana cara untuk berkomunikasi politik sehari-hari versi grafiti. Walaupun dunia grafiti tidak mempunyai peraturan yang baku, namun terdapat pakem-pekem yang disepakati bersama. *Begitu* juga dengan bagaimana cara berkomunikasi dan melalui mekanisme seperti apa. Terdapat banyak mekanisme dan variasi yang berkembang sebagai sarana untuk berkomunikasi politik sehari-hari.

Yogyakarta mendapat julukan kotanya seniman jalanan, dapat terlihat dari menjamurkan *street art* pada tembok-tembok di Yogyakarta. Keberadaan *street art* pada tembok-tembok Yogyakarta bukan tanpa perjuangan. Grafiti beserta komunitas dunia dinding jalan lainnya masih dinilai sebagai tindakan "merusak" keindahan. Penangkapan oleh Polisi ataupun Satpol Pamong Praja menjadi santapan sehari-hari. Selain itu, kucing-kucingan dengan pemilik tembok juga menjadi perjuangan lainnya.

> *Sekitar tahun 2000-an grafiti mengalami masa sulit. Polisi dan Satpol Pamong Praja patroli setiap malam. Banyak teman-teman dari kita yang tertangkap. Suasana mencekam agak berkurang ketika, pemerintah khususnya Wali Kota Yogyakarta, Herry Zudianto pada tahun 2002 menanggapi secara positif proyek mural "Sama-sama/You are welcome" yang merupakan kerja sama seniman mural Yogyakarta dengan seniman San Francisco. Semenjak itu, grafiti yang estetis menjadi agak leluasa bernafas* (Tata 2010, wawancara, 31 Oktober).

Grafiter era sekarang, secara umum tidak membuat karyanya secara sembunyi-sembunyi dan pada malam hari. Tempat keramaian dan pada hari libur atau akhir pekan merupakan waktu dan tempat yang dipilih grafiter untuk berkarya. Mereka ingin mendapat perhatian sehingga memilih waktu dan tempat stategis. Bahkan, ketika grafiter sedang berkarya, tidak jarang menjadi obyek bagi fotografer.

Dunia tembok jalanan merupakan wadah untuk menuangkan gagasan bagi grafiter. Selain itu, tembok dinding jalanan juga sebagai tempat bersosialisasi sesama seniman jalanan. Terdapat kelompok-kelompok pada dunia grafiter Yogyakarta, secara garis besar dapat dikelompokan menjadi dua kelompok besar. Kelompok pertama yaitu grafiter yang beraliran *tagging* atau yang dikenal dengan sebutan "*geng*". Sedangkan kelompok yang kedua yaitu grafiter yang lebih menonjolkan komposisi bentuk, garis dan warna yang akrab dengan sebutan *bomber*. Kedua kelompok ini terkadang bisa hidup berdampingan namun terkadang pula terjadi ketegangan-ketengangan.

Grafiti Beraliran *Tagging*

Grafiti yang bernuansa *tagging* sebenarnya merupakan alat atau sarana suatu *geng* menunjukan eksistensinya dan menandai daerah kekuasaannya. Kehidupan *geng* di Yogyakarta marak sekitar tahun 1980-an hingga tahun 1990-an. Walaupun hingga sekarang masih terdapat penerusnya namun sudah tidak semarak dahulu. Dimulai dengan perkumpulan anak muda yang membentuk suatu kelompok kemudian sekelompok anak muda lain membentuk kelompok tandingan. Pada akhirnya, kedua kelompok tersebut bersaing satu dengan yang lainnya. Banyak terdapat *geng* di Yogyakarta masa itu namun, dua *geng*

yang cukup mempunyai pengaruh di Yogyakarta yaitu *QZRUH* dan *JOXZIN*. Untuk memetakan dinamika grafiter *geng* di Yogyakarta akan dibedah mulai dari sejarah, pengorganisaian serta dinamika sosial dan politik yang melingkupinya.



Gambar 3.15
(Indriyati 2011)

Sejarahnya, *QZRUH* adalah singkatan dari *Q-ta Zuka Ribut Untuk Hiburan*. *QZR* atau *cah Qezer* merupakan tagging untuk *QZRUH*. Slogan *geng* ini yaitu" 1 liter bensin 10 kepala *Joxzin*, Sekali tebas mati *Cah* 14". Warna putih adalah warna kebangsaan *geng* ini, namun terkadang juga menggunakan warna merah. Warna-warna tersebut merupakan simbol identitas yang dituangkan ke dalam beberapa aspek, misalnya pada cat kendaraan bermotor dan warna cat sempot ketika *tagging*. Daerah Terban dan kompleks Galeria Mall merupakan titik awal berkembangnya *QZR* dengan orang berinisial *DRT* yang cukup populer. Pada perkembangannya, *QZR* mempunyai *underbouw* yaitu *geng* sepeda *ZARAF(ZRF)*. Pada lingkungan sekolah, SMA yang merupakan basis massa *QZR* adalah BOSA (Bopkri I),BODA Bopkri (II) SMA 6, SMA 9.

Geng saingan *QZR* yaitu *JOXZIN* yang merupakan singkatan dari *Joxo Zinthing*. Asal mula nama *JOXIN* berawal



dari kata *Pojox Benzin* sebagai tempat kumpul-kumpul pemuda Kauman yang nongkrong di pojok alun-alun. *Joxzin* sering disingkat dengan *JXZ* dan merupakan inisial *tagging* bagi *geng* ini. Semboyan *JXZ* yaitu sekali kayuh 10 kepala *Qzruh*, semboyan ini berusaha untuk menandingi semboyan *QZR*. *JOXZIN* memilih warna kebangsaan hijau (*ijo pupus*) sebagai identitas mereka. Anggota *JXZ* mendiami daerah selatan Jogja mulai Malioboro ke selatan. Beberapa tokoh penting *geng JXZ* yaitu *Cah 14, SRGT, CA, H* dan lain sebagainya. *JXZ* juga mempunyai *underbouw geng* sepeda *KEPROEX (KPX)* kemudian disusul dengan *HUMORIEZT (HRZ)*. SMA yang menjadi basis massa JXZ adalah MUHI (Muhammadyah I) , MUHA.

Ditilik dari kondisi sosialnya, anggota *QZR* mayoritas orang yang mampu dan mapan, dimana diskotik menjadi arena bersosialisasi. Sebagian besar anggota *QZR* adalah Muslim, namun banyak pula orang nonMuslim yang ikut bergabung. Berbeda dengan *JXZ* yang merupakan kalangan menegah ke bawah. Mayoritas agamanya beragama Islam dan ada sebagian yang merupakan Santri. Afiliasi politik kedua *geng* ini juga berbeda. *QZR* diidentikkan dengan pendukung PDI atau Golkar karena ada beberapa petinggi *geng* yang menjadi satgas partai, sedangkan *JXZ* diidentikan dengan PPP karena Kauman, Kota Gede dan Karangkajen yang mayoritas adalah kantung utama pendukung PPP (Hanta 2010).

Grafiti pada dunia para *geng* digunakan sebagai media komunikasi antara *geng* satu dengan yang lainnya. Dengan kata lain, grafiti tersebut merupakan bentuk komunikasi internal. Cara mereka membuat *tagging* yaitu dengan menggunakan cat semprot sesuai warna identitasnya, kemudian membuat coretan sebanyak mungkin di berbagai tempat. Dahulu, aktivitas tersebut dilakukan sembari berkonvoi, namun sekarang aktivitas tersebut

dilakukan secara sembunyi-sembunyi karena kontrol ketat dari aparat dan dapat memicu perkelahian antar pelajar. Grafiti menjadi elemen penting bagi komunikasi politik sehari-hari versi para *geng* untuk menandai daerah kekuasaan serta untuk menunjukan eksistensi mereka.

Komunitas Aliran Grafiti Estetik

Jogja Hip Hop Foundation , *Jogja Ilegal Crew* (JIC) dan *Yogya Art Crime* (YORC) adalah komunitas-komunitas yang bergelut di bidang grafiti di Yogyakarta.



Gambar 3.16
Lokasi: Tembok Jalan Taman Siswa.
(Indriyati 2011)

Jogja Hip Hop Foundation mempunyai keunikan dalam berkarya yaitu dengan menggunakan Bahasa Jawa pada lirik-liriknya misalnya lagu "Jogja Istimewa". Komunitas tersebut bukan merupakan organisasi formal, dimana grafiti pada komunitas *Jogja Hip Hop Foundation* digunakan sebagai elemen pelengkap untuk menunjang dunia bermusik mereka. Komunitas selanjutnya yaitu *Jogja Ilegal Crew* (JIC), menurut Tatsoy yang merupakan anggota *JIC*, organisasi ini bukan mengikat anggotanya, namun lebih sebagai hanya sebuah wadah



tempat mereka berkreasi. Komunitas yang mewadahi grafiter Jogja dan masih aktif hingga sekarang yaitu *Yogya Art Crime* (YORC).

Terdapat pula grafiter ataupun crew yang berdiri sendiri dan tidak bergabung dalam komunitas-komunitas tersebut, mereka berdiri secara mandiri. Namun biasanya mereka kurang dapat berkembang dan tidak *Begitu* terlihat karyanya. YORC bukan merupakan organisasi formal dengan struktur dan pengorganisasian yang ketat. Komunitas ini berawal dari kegemaran bersama akan grafiti hingga di bentuk suatu wadah yang lebih besar untuk menampung seluruh grafiter di Yogyakarta. Grafiter atau *crew* yang tergabung dalam YORC antara lain yaitu *ELE, FAT, Here-Here, Oyster, LOVEHATELOVE, BURN, ANS, BLANK, AKA, ARTZ, OCS, RIEDS, RUNE, STAL, AGE, TAT, Horny, Hallo, ENPI, NEST, MYACH, YSAC, REST, BAD, NASTI, PAWS, DEKA, FUCK, LUPS, MAPS, SIC, YKILC, Tamocca Lovers* dan masih banyak lainnya.

Grafiter yang tergabung dalam YORC kebanyakan merupakan alumi Sekolah Menegah Seni Rupa (SMSR), Sekolah Menegah Kejuruan (SMK), Sekolah Menegah Industri Kerajinan (SMIK), mahasiswa Institut Seni Indonesia (ISI). Mahasiswa dari berbagai Universitas juga ada yang ikut bergabung dalam *YORC* misalnya Universitas Negeri Yogyakarta (UNY), Universitas Muhamadiyah Yogyakarta (UMY) dan UST (Universitas Sarjana Taman Siswa) dan beberapa universitas lainnya. Tidak hanya itu pula, pelajar SMA bahkan SMP juga ada yang bergabung dalam *YORC*. Melihat komposisi *YORC*, kebanyakan anggotanya merupakan orang terdidik dan terlatih.

Pada *YORC* tidak ada struktur organisasi baku, namun ada yang dituakan dalam *YORC* misalnya *LOVEHATELOVE* dan *HORNEY STREET*. Penghargaan ini diberikan karena mereka telah berkarya lebih lama dan mengalami masa perjuangan dan berjuang untuk dunia grafiti. Bentuk penghargaan tersebut yaitu dengan tidak merusak karya mereka, jadi dimanapun karya mereka lebih terjaga, tidak dirusak oleh grafiter lainnya dan lebih lama bertahan. *YORC* tidak mempunyai tempat dan hari khusus untuk berkumpul, mereka bertemu bila terdapat acara *nge-bomb* bersama. Dunia maya dan jejaring sosial juga digunakan mereka untuk berinteraksi misalnya dengan *Facebook* atau *Twitter*.

Motivasi grafiter untuk berkarya sangat beragam, mulai dari sekedar "iseng" sampai grafiti yang berisi saran hingga kritik. Grafiti sebagai media ekspresi, media untuk unjuk identitas serta media representasi suatu gagasan merupakan motivasi-motivasi para grafiter. Komunitas grafiti yang dibawah bendera YORC yang telah penulis temui yaitu *LOVEHATELOVE, Oyster, Here-Here, ELE, Tamocca Lovers*. Grafiti oleh mereka dijadikan media ekspresi mengenai apa yang mereka pikirkan.

> *Grafiti itu untuk keindahan, style, provokasi dan eksistensi. Konsep dalam berkarya saya "Kiil Your Ego" yakni sebagai kritik sosial untuk para grafiter agar tidak merusak ataupun me-refresh grafiti secara sembarangan. Membuat grafiti itu butuh modal, kalau di-refresh sembarangan namanya egois* (Tata 2010, wawancara, 31 Oktober).

Mereka berpolitik sehari-hari dengan mengkomunikasikan apa yang mereka pikirkan. Cara yang paling sederhana untuk mengkomunikan gagasan mereka yaitu dengan

membuat karya pada kanvas tembok jalanan. Gagasan mengenai pembuatan grafiti dapat merupakan representasi dari suatu realitas, respon terhadap fenomena yang sedang marak ataupun hanya ungkapan atau ekspresi individu.

Kontestasi para Aktor dalam Hutan Visual Jogja

Setiap aktor yang bersentuhan dengan dunia grafiti mempunyai tujuan dan kepentingan masing-masing. Perbedaan kepentingan tersebut acapkali menimbulkan gesekan hingga tidak jarang berujung konflik. Secara umum, konflik didefinisikan sebagai perbedaan persepsi mengenai kepentingan, ketika tidak ada alternatif yang memuaskan kedua belah pihak (Pruit dan Rubin 2004: 26-27). Pada dunia grafiti, interaksi aktor dengan dunia grafiti dapat dikelompokan menjadi empat kategori besar yaitu interaksi pertama, interaksi grafiti dengan aktor sesama penggiat grafiti dan interaksi grafiti dengan aktor dunia tembok jalanan lainnya. Kedua adalah interaksi grafiti dengan masyarakat. Ketiga, interaksi grafiti dengan pemerintah dan yang keempat yaitu interaksi grafiti dengan aktor-aktor dunia ekonomi.

Pertama yaitu interaksi grafiti dengan dunia tembok jalanan Yogyakarta. Pada pembahasan sebelumnya, interaksi ini merupakan komunikasi internal antar sesama pengguna tembok jalanan. Pola interaksi terbagi menjadi empat yaitu komunikasi grafiti *street art* dengan grafiti *street art*, komunikasi grafiti *tagging* versus grafiti *tagging* dan komunikasi grafiti *street art* dengan grafiti *tagging* serta komunikasi grafiti dengan aktor tembok jalanan lainnya serta. Interaksi tersebut dapat dapat bersifat saling menguntungkan, pengaruh-mempengaruhi ataupun bersifat konfliktual. Mereka saling berebut "*space*" guna menunjukan eksistensi dan wilayah kekuasaannya.

Interaksi sesama grafiter *street art* terlihat pada wadah yang bernama YORC. Walaupun tidak semua grafiter tergabung didalamnya, namun YORC digunakan sebagai media bersosialisasi untuk berdiskusi dan bertukar pengalaman. Tidak hanya sebagai media bersosialisasi, YORC juga digunakan sebagai media informasi mengenai suatu acara *nge-bomb* bersama ataupun acara-acara lainnya. Keterbatasan tembok jalanan, khususnya tembok yang strategis menjadikan grafiter harus bersaing untuk mengkomunikasikan gagasannya melalui grafiti.

> *Menurut saya media untuk berkreasi kita-kita kurang. Pinginnya difasilitasi untuk bisa mengembangkan bakat, disediakan tempat khusus atau dinding khusus untuk para seniman street art, jadi tidak corat-coret sembarangan. Bayangin, kita sudah membuat grafiti dengan sebagus mungkin, tiba-tiba keesokan harinya sudah di tableg (baca:ditimpali). Rasanya sia-sia kita nge-bomb dan mangkel* (Angga 2010, wawancar, 5 November).

Peristiwa tersebut lazim dialami oleh *bomber*, terutama *bomber* pemula karena belum mempunyai nama. *Refresh* atau *tableg* merupakan aktivitas menimpali suatu grafiti dengan grafiti baru. Terkadang pembuat grafiti lama tidak terima jika karyanya ditimpali sehingga ketegangan tidak dapat terhindarkan.

Dunia grafiti walaupun terkesan *"urakan"*, mereka mempunyai aturan tidak tertulis untuk menghindari ketegangan yang terjadi. *Battle* adalah cara untuk menyelesaikan perselisihan antar *bomber*. Terdapat dua pola resolusi konflik yaitu perang keahlian (*skill*) dan perang *getting-up*, dengan kata lain kualitas versus kuantitas (Indonesia Streetart Magazine 2010: 28). Perang *skill* dilakukan oleh dua *bomber* yang membuat grafiti dalam jangka waktu tertentu -misalnya satu hari atau satu jam-

dimana grafiter yang mempunyai karya yang lebih bagus, menjadi pemenangnya. Sedangkan perang *getting-up* dilakukan oleh dua orang *bomber* pada suatu kota dan pada suatu waktu –satu minggu atau satu bulan- yang membuat grafiti paling banyak menjadi pemenangnya. Juri dari kedua perang ini adalah *bomber* lain tidak terlibat perselisihan. Bagi *bomber* yang menjadi pemenang, hadiah dapat berupa bayaran, mendapat pengganti cat semprot hingga memberi larangan bagi *bomber* yang kalah untuk pada wilayah tertentu.

Salah satu hal tabu dalam dunia grafiti street atr yaitu *bite* yang merupakan tindakan meniru *style bomber* lain. Hal tersebut mengurangi esensi dan kreativitas *bomber* dalam berkarya. Tidak selamanya relasi yang terjalin dalam dunia grafiti street art merupakan relasi konfliktual, terdapat pula relasi-relasi kerjasama yang saling menguntungkan. Misalnya, acap kali *bomber* Yogyakarta mengadakan acara *nge-bomb* bersama, hampir semua acara *nge-bomb* yang pernah penulis datangi adalah acara *nge-bomb* bersama. Selain sebagai ajang berkumpul, acara *nge-bomb* bersama juga menghemat cat semprot.

Pola relasi grafiter bernuansa *tagging* dengan grafiter beraliran *tagging* lainnya merupakan relasi yang konfliktual. Hal ini disebabkan karena masing-masing grafiter ingin mengkomunikasikan keberadaanya pada tembok jalanan secara kompetisi. Siapa yang paling banyak *tagging*, *geng* tersebut yang mempunyai kekuasaan luas. Di Yogyakarta, *QZR* dan *JXZ* merupakan nama *geng* yang paling disegani. Bentrokan hingga tawuran acap kali mewarnai interaksi keduanya. Terdapat etika ketika para *geng* berkonvoi, jika kebetulan menemukan tulisan *geng* musuhnya maka mereka mencoretnya atau diberi tanda silang dengan cat semprot dan diganti dengan nama *geng*nya

sendiri serta namanya (Hanta 2011). Fenomena *geng* di Yogyakarta sekarang ini, sudah tidak sepopuler dahulu namun masih terdapat penerus dan *underbouw* dari masing-masing *geng* tersebut.

Interaksi *bomber* dengan *grafiter* yang beraliran *tagging* bersifat parasitisme. Coretan-coretan inisial *geng* acap kali merusak grafiti yang telah dibuat susah payah oleh *bomber*. Tidak jarang hal tersebut dilakukan secara sengaja. Namun, *bomber* lebih memilih untuk membiarkan tindakan tersebut, dari pada berurusan dengan para *geng* yang akan berdampak panjang. Berbeda dengan interaksi grafiti *street art* dengan aktor-aktor lainnya pada dunia tembok jalanan Yogyakarta. Mereka tidak saling menganggu satu dengan yang lainnya. Jika pada suatu tembok terdapat poster atau mural, grafiter memilih untuk *nge-bomb* disampingnya. Terdapat benang merah antara grafiti, mural, poster maupun stensil, yaitu sama-sama ingin mengkomunikasikan sesuatu melalui media tembok jalanan. Dengan saling menghargai karya yang dibuat orang lain, karya yang kita buat juga akan dihargai.

Bomber beralasan bahwa, dari pada saling merusak lebih baik bekerjasama. Karya hasil perpaduan antara grafiti dan mural adalah salah satu contoh kerjasama yang telah dilakukan.





Gambar 3.17
Rolling door Toko Tas & Sepatu
di Jalan Mataram
(Indriyati 2011)

Gambar 3.18
Rolling door kompleks
Taman Budaya Yogyakarta
(Indriyati 2011)

Gambar tersebut memperlihatkan grafiti dan mural yang dijadikan satu konsep *street art*. Terdapat perpaduan bentuk karakter dan huruf maupun cat semprot dan cat tembok yang saling mendukung dan melengkapi. Kerjasama tersebut memperkuat pesan komunikasi yang ingin disampaikan kepada masyarakat pada umumnya. Hal tersebut merupakan bukti bahwa sesama aktor yang bergelut pada dunia tembok jalanan tidak selamanya mempunyai relasi yang konfliktual.

Kedua, yaitu interaksi grafiti dengan masyarakat. Secara umum, masyarakat belum menerima kehadiran grafiti sebagai sebuah seni sehingga penolakan merupakan respon yang diberikan masyarakat jika ditanyai seputar grafiti. Walaupun grafiti tersebut merupakan grafiti *street art,* masyarakat kurang dapat menerima kehadirannya apalagi grafiti yang merupakan *tagging* para *geng*. *Tagging* tersebut sangat meresahkan masyarakat karena merusak keindahan. Hampir disetiap bangunan, dinding hingga pagar marak akan coretan-coretan. Namun, terdapat beberapa kelompok masyarakat yang sedikit memerima kehadiran grafiti di lingkungan mereka. Masyarakat perlahan mulai sadar bahwa, grafiti dapat difungsikan sebagai media

komunikasi untuk mendukung program-program masyarakat. “Kampung Hijau” menjadi salah satu contohnya.

Ketiga adalah pola interaksi grafiti dengan pemerintah. Vandalisme sangat dikaitkan dengan dunia grafiti pada khususnya dan dunia dinding jalanan pada umumnya. Pemerintah selaku pihak yang berwenang perlu bersikap atas kehadiran grafiti pada tembok di jalanan Yogyakarta. Beberapa instansi yang berhubungan erat dengan dunia street art antara lain BAPEDDA, Dinas Ketertiban dan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan. Menurut Agus Priyono (Purnomo 2010, wawancara, 1 November), secara detail tidak terdapat pengaturan mengenai pemanfaatan dinding jalanan di Yogyakarta. Kebutuhan akan ruang terbuka hijau yang masih kurang menjadikan perhatian terhadap tembok yang merupakan *space* untuk berkarya bagi grafiter tidak menjadi prioritas. Grafiti diperbolehkan asal berada pada wilayah yang ditentukan, meminta izin kepada pihak-pihak yang terkait serta grafiti tersebut mempunyai pesan sosial yang berguna bagi masyarakat.

Dinas Pariwisata dan Kebudayaan mempunyai pandangan lain terkait *street art*, lebih khususnya grafiti. Keberadaan grafiti tidak dilarang asalkan memenuhi beberapa persyaratan yaitu berbasis budaya lokal, mempunyai nilai seni, ada pesan yang ingin dikomunikasikan, tidak menganggu serta pembuatannya yang meminta izin. Jika grafiti tidak memenuhi persyaratan tersebut, grafiti akan dihapus dan grafiternya akan mendapat sanksi. Eskpresif namun konstruktif merupakan pola kerjasama yang diterapkan dengan aktor-aktor *street art,* sama-sama saling menguntungkan papar Bapak Agus (Purnomo 2010, wawancara, 1 November). Seperti kerjasama dalam rangka Hari Batik, pemerintah bekerjasama dengan aktor-aktor *street art* membuat batik di depan Hotel Garuda.



Satpol Pramong Praja merupakan aktor yang acap kali direpotkan dengan ulah para grafiter. Terutama grafiti para *geng* di Yogyakarta karena dinilai menganggu ketertiban dan merusak keindahan. *Geng* yang masih membuat *tagging* hingga sekarang yaitu *geng* anak SMA yang kerap memicu tawuran antar pelajar. Patroli Dinas Ketertiban kerap memergoki sekelompok pemuda sedang membuat *tagging,* dimana kegiatan tersebut dinilai sebagai vandalisme. Misalnya kasus grafiti yang dibuat oleh RANGER (*geng* SMA Muhammadiyah 2 Yogyakarta) versus grafiti GNB (*geng* SMA 6 Yogyakarta) (Priya 2010, wawancara, 12 November).

Penyelidikan, pencarian barang bukti merupakan langkah awal yang ditempuh, baru kemudian akan dilakukan penangkapan. Dengan dalil merusak fasilitas umum, grafiter yang berusia di atas 17 tahun akan dikenakan pasal Tindak Pidana Ringan, yang akan dilimpahkan kepada pengadilan untuk di sidang ataupun membayar denda. Sedangkan untuk yang berusia di bawah 17 tahun akan dilakukan pembinaan, misalnya pembuatan surat pernyataan, penyitaan cat semprot hingga berkewajiban menghapus grafiti yang telah dibuat.



Gambar 3.19
Lokasi: Jalan Agro
(Indriyati 2010)

Gambar tersebut memperlihatkan grafiti *"Satpol Keple"* yang merupakan plesetan dari Satpol PP. Hal ini dapat dinilai sebagai ungkapan grafiter yang merasa terganggu dengan kehadiran Satpol PP. Untuk grafiti *street art,* Satpol PP sedikit memberi ruang yaitu dengan memperbolehkan mengrafiti suatu tembok asalnya meminta izin kepada Satpol PP dan pemilik tembok serta grafiti tersebut mempunyai isi yang mendidik. Namun bukan berarti tidak ada kendala bagi *bomber*.

> *Saya pernah di tangkap Polisi sekitar tahun 2007. Pada saat bombing di daerah Danurejan. Waktu itu alat-alat disita dan ditawari untuk sidang atau mbayar. Saya memilih untuk membayar, setelah tawar-menawar tercipta harga 50 Ribu Rupiah, karena cuma tinggal segitu uang yang tersisa di dompet* (Rembad 2010, wawancara, 31 Oktober).

Cerita tersebut mengisahkan pengalaman seorang *bomber* ketika berurusan dengan aparat keamanan. Terdapat pula cerita lainnya,

> *Pernah teman saya (yang tidak mau disebut namanya) ketangkep Polisi karena bombing di kereta. Masalah ini nampaknya cukup serius hingga dibawa ke meja sidang dan kena denda 80 Juta Rupiah. Kami patungan bersama untuk mengeluarkannya dari penjara* (Rio 2010, wawancara, 29 Oktober).

Nampaknya praktik tawar-menawar juga berlaku untuk para grafiter yang tertangkap. Tidak jarang para grafiter berceloteh, bahwa "mereka" acap kali mencari kita untuk ditangkap dan didenda.



Keempat yaitu pola interaksi grafiter dengan aktor-aktor ekonomi. Grafiti *street art* merupakan grafiti yang digandeng aktor-aktor dunia bisnis untuk bekerjasama. Dengan mekanisme saling menguntungkan, pola kerjasama-pun dibuat. Pelaku bisnis menyediakan perlengkapan hingga konsumsi ataupun bayaran untuk membuat grafiti sedangkan grafiter mengeluarkan bakat dan ekspresinya. Cacatan yang harus dipatuhi oleh grafiter yaitu dengan menyertakan logo, merek ataupun tulisan yang terkait dengan identitas pelaku bisnis tersebut. Ada beberapa aktor yang mendekat pada dunia grafiti misalnya perusahaan cat semprot *"Pylox",* perusahaan rokok *"Bintang Buana"* dan Perusahaan Jasa Telekomunikasi *"XL"* dan *"Simpati".*

Saluran yang Digunakan Dunia Grafiti

Tembok jalanan adalah media utama grafiter untuk berkarya. Berbagai macam variasi grafiti dapat ditemui tembok jalanan, mulai dari bentuk, warna, pesan ataupun aliran. Yang akan menjadi fokus pembahasan yaitu grafiti yang beraliran estetik karena lebih merepresentasikan realitas dalam komunikasi *daily politics*. Misalnya mengenai realitas yang direpresentasikan, isi yang merupakan pesan yang ingin disampaikan dan jangkauan komunikasi. Pemfokusan dalam penelaahan dimaksudkan untuk menghindari kerancuan akan apa yang dimaksud grafiti pada pembahasan. Grafiti yang beraliran *tagging* akan menjadi pelengkap yang menambah variasi pembahasan seputar dunia grafiti.

Tembok jalanan adalah kanvas untu grafiter berkarya. Tembok tidak hanya berarti bangunan fisik namun tembok juga merupakan ruang publik, ruang tempat bertemuny berbagai aktor dengan berbagai kepentingan. Habermas membedakan tiga jenis ranah (abad ke-18) yaitu ruang yang merupakan wilayah privat, ruang otoritas publik (negara) dan ruang publik

(ruang publik di wilayah politis, ruang publik di dunia sastra serta ruang yang merupakan pasar bagi produk-produk budaya "kota") (Habermas 2007:46). Ruang publik merupakan poros berbagai aktor dan kepentingan bertemu dimana mereka saling mempengaruhi satu dengan yang lainnya. Kesetaraan dan kesamaan pola relasi dari berbagai pihak dan kepentingan dalam ruang publik dinilai merupakan konsep dari kunci ruang publik. Dalam praktiknya, ruang publik merupakan arena yang kompleks sehingga benturan kepentingan acapkali terjadi dan dapat berujung sebagai konflik.

Kapasitas ruang publik dinilai dari tingkat kepublikannya, minimalis ataupun maksimalis. Dalam praktiknya, sering terjadi minimalisasi ruang publik, bentuk-bentuknya meliputi pendangkalan ruang publik, komodifikasi ruang publik, banalitas ruang publik, virtualisasi ruang publik, transparansi ruang publik dan imoralitas ruang publik serta mitologisasi dan mistifikasi ruang publik (Nugroho 2005: 12-21). Dominasi dalam ruang publik ditentukan dari relasi kekuasaan di dalamnya (politik, ekonomi, budaya, sosial, atau hukum). Sebagai elemen yang berada di ruang publik, grafiti menjadi bagian dari dinamika ruang publik.

Tembok Jalanan adalah Kanvas untuk Grafiter

Tembok jalanan bukan hanya merupakan *public space* namun juga *merupakan public sphere*. Sebuah tembok tidak hanya bermakna sebagai tembok dalam bentuk fisik yang berarti pembatas, namun tembok dalam dunia grafiti merupakan kanvas untuk merepresentasikan gagasan atau ide para grafiter. Dunia tembok jalan pula merupakan tempat untuk bersosialisasi sesama grafiter ataupun dengan aktor dunai tembok jalanan lainnya. Tidak hanya itu saja, tembok jalanan juga merupakan media komunikasi grafiter kepada aktor lainnya di luar dunia



tembok jalanan, misalnya pemerintah dan masyarakat. Tembok jalanan adalah suatu ruang publik.

Coretan di dinding membuat resah,
Resah hati pencoret mungkin ingin tampil,
Tepi lebih resah pembaca coretannya,
Sebab coretan di dinding,
Adalah pemberontakan kucing hitam,
Yang terpojok, di tiap tempat sampah,
Ditiap kota,
Cakarnya siap dengan kuku-kuku tajam,
Matanya menyala mengawasi gerak musuhnya,
Musuhnya adalah penindas,
Yang menganggap remeh coretan dinding kota,
Coretan dinding terpojok di tempat sampah,
Kucing hitam dan penindas sama-sama resah.

Lagu berjudul "*Coretan Dinding*" dalam album *Belum Ada Judul* karya Iwan Fals marak sekitar 1990-an. Pesan yang terkandung dalam lagu tersebut yaitu grafiter berusaha ingin tampil dan bersuara ditengah tekanan, namun suara tersebut nampaknya membuat resah para penguasa. Seperti itulah potret dunia dinding jalanan tahun 1990-an hingga menginspirasi Iwan Fals untuk menuangkannya menjadi sebuah lagu. Grafiter era sekarang, tidak membuat karyanya pada malam hari dan secara sembunyi-sembunyi. Hal tersebut karena lambat laun keberadaan grafiti sudah mulai di terima oleh sebagian masyarakat, walaupun stempel vandal dan mengotori serta merusak masih melekat erat dengan grafiti.

Untuk membuat grafiti di perlukan beberapa persiapan. Pertama yang dilakukan adalah memilih tema grafiti, apakah merepresentasikan suatu hal yang sedang panas dibicarakan ataupun dapat merupakan *unek-unek* grafiter pribadi. Kemudian

memilih lokasi, dilanjutkan dengan membuat sketsa dan mempersiapkan alat seperti cat semprot maupun *caps*.

Bagi seorang grafiter, membuat grafiti membutuhkan biaya yang lumayan. Cat semprot merupakan senjata utama untuk membuat grafiti. Harga cat semprot lokal sekitar 15.000-18.000 rupiah setiap kaleng. Setidaknya dibutuhkan minimal 3 sampai 4 kaleng untuk membuat satu grafiti. Oleh karena itu, grafiter yang tergabung dalam YORC acap kali mengadakan bombing bersama-sama untuk menekan biaya pembuatan grafiti karena cat semprotnya dapat bervariasi dari segi warna dan dapat dipakai bersama-sama.

> *Jadi grafiter itu hobi yang membuat "kere" (baca:miskin), namanya juga hoby, jadi tak masalah. Sebagai mahasiswa yang masih belum dapat menghasilkan uang, dulu saya menyisihkan uang saku untuk membeli pilok. Namun kegemaran saya akan grafiti sedikit berguna, saya nyambi kerja (baca:kerja sambilan) di Kedai Digital bagian desain grafis. Lumayan untuk beli pilok dan rokok* (Rembad 2010, wawancara, 31 Oktober).

Grafiti yang susah payah telah dibuat seringkali dirusak, baik oleh sesama grafiter ataupun dari aktor-aktor lainnya. Perusakan tersebut dapat berupa mencoret-coret grafiti, me-*refresh* dengan grafiti yang baru hingga menempeli grafiti dengan poster-poster.





Gambar 3.20
Lokasi: Pertigaan Jalan Affandi dan Jalan Colombo
(Indriyati 2010)

Perjuangan grafiter dalam membuat grafiti tidak hanya sampai di situ saja. Jalanan di Yogyakarta merupakan hutan visual yang penuh akan berbagai rupa. Mural, stensil, poster, spanduk hingga baliho ikut meramaikan suasana jalanan. Tidak berlebihan jika jalanan Kota Yogyakarta disebut sebagai hutan visual.

Di tengah keramaian hutan visual Yogyakarta, grafiti berusaha menunjukan eksistensinya. Berkontestasi dengan aktor-aktor di ruang publik lainnya yang juga ingin mendapat perhatian dari warga kota. Ruang publik merupakan arena kontestasi berbagai aktor dan berbagai kepentingan dengan tujuannya masing-masing. Ruang publik dapat ditarik menjadi ruang publik politis untuk "mengontrol" masyarakat. Namun, ruang publik dapat pula menjadi ruang publik ekonomis untuk iklan dan promosi. Selain itu, ruang publik dapat juga menjadi arena masyarakat untuk bersuara dan menyatakan pendapat. Dinamika ruang publik di Yogyakarta turut memberi warna dunia grafiti.

Arena Dunia Grafiti Jogja

Grafiti menjadi semakin menjamur baik pada kalangan masyarakat pada umumnya dan pada kalangan anak muda Yogyakarta pada khususnya. Tidak hanya itu saja, para aktor-aktor lainnya mulai medekat pada dunia grafiti. Mulai dari masyarakat, pelajar, pemerintah hingga aktor-aktor dunia ekonomi mencoba untuk mengambil peluang pada demam grafiti yang melanda Yogyakarta. Mereka berusaha menciptakan ruang dan kesempatan bagi grafiter untuk berkarya. Ruang dan kesempatan tersebut diwujudkan dalam berbagai bentuk, misalnya kontrak kerjasama, menjadi sponsor, hingga lomba atau kejuaaraan grafiti,.

Dalam level masyarakat, bentuk kesempatan yang diberikan pada dunia grafiti untuk unjuk kebolehan, terlihat pada gang-gang di sebuah pemukiman yang marak akan grafiti. Kehadiran grafiti dimaksudkan untuk membantu membangkitkan semangat pada warga, agar mendukung pembangunan lingkungan mereka. Tema grafiti disesuaikan dengan konsep pembangunan lingkungan masyarakat. Terlihat pada warga RT 45 yaitu sebuah kampung dengan julukan "Kampung Hijau". Mereka menggunakan grafiti untuk menambah kesemarakan semangat "Kampung Hijau".

Demam terlihat pula dari terdapatnya acara-acara yang menjadikan grafiti sebagai tema atau pendukung acara dalam konsep grafiti sebagai media komunikasi politik sehari-hari versi grafiter. Acara "Psikopad #6" yang di gagas oleh SMA 3 Yogyakarta salah satu contohnya. Pentas Seni Komunitas Padmanaba menjadikan lomba grafiti sebagai salah satu tema acaranya yang di gelar pada 21 Mei 2011 pukul 15.00-18.00 WIB di Kridosono (Psikopad 2011). Tujuan mengapa grafiti

masuk menjadi salah satu tema acara tersebut yaitu untuk mewadahi kreativitas pelajar dan mahasiswa di Yogyakarta.

Grafiti yang *digandrungi* anak muda dapat mengarah pada tindakan vandal jika tidak diarahkan dengan baik. Oleh karena itu, banyak bermunculan festival atau lomba grafiti sebagai upaya untuk mewadahi dan mengarahkan kreativitas kawula muda Yogyakarta. Sekarang, membuat grafiti tidak hanya sekedar hobi namun dapat juga menjadi kebanggaan. Prestasi dalam membuat grafiti ditunjukan oleh Riza Damarjati siswa XII IPS 2 SMA Muhammadiyah Yogyakarta. Kejuaraan dari tingkat lokal dan nasional telah diraihnya, bahkan dalam "*Graffiti Competition* se D.I.Y" pada tanggal 12 dan 13 Maret 2011 di Mandala Krida, Riza bersama timnya memperolah juara I (Smuha 2011).

Selain acara yang digadang oleh pelajar dan mahasiswa, acara yang melibatkan grafiti juga digelar oleh aktor-aktor dunia ekonomi. Keikutsertaan aktor-aktor dunia ekonomi dalam bentuk sponsor acara. Aktor-aktor tersebut memberi donasi dan memfasilitasi grafiter untuk membuat grafiti. Ajang "*Outload, the Movement*" pada tanggal 7 hingga 14 Juli 2010 (KR Jogja 2011) merupakan salah satu contohnya. Acara ini merupakan bentuk kerjasama perusahaan rokok Bintang Buana Filter dengan grafiter di Yogyakarta. Walaupun tidak semua grafiter di Yogyakarta terlibat dalam acara tersebut, namun acara tersebut berusaha untuk mengangkat kreativitas grafiter di Kota Yogyakarta.

Mendekatnya aktor-aktor lain yang berasal dari luar dunia grafiti, terlihat dengan "keramahan" yang ditunjukan pemerintah kepada dunia *street art*. *Biennale* meruapakan ajang pameran seni rupa dua tahunan yang diadakan sejak tahun 1988 di Yogyakarta. *Biennale Jogja* (BJ) merupakan dialog antar

bangsa, tidak hanya bekerja dengan seniman individual maupun kelompok, tetapi juga bekerjasama dengan organisasi-organisasi seni baik di Indonesia maupun di negara-negara partner, sehingga dialog, kerjasama, dan kemitraan yang dirintis akan berkelanjutan dan melahirkan kerjasama-kerjasama baru yang lebih luas (Biennale 2011). Pemerintah menyediakan ruang dan mendukung kegiatan tersebut, misalnya dengan diperbolehkannya mobil tangki air penyiram taman Kota Yogyakarta sebagai media berkarya untuk seniman.

Selain aktor-aktor yang berasal dari luar dunia grafiti, para *bomber* juga aktif untuk menghidupkan grafiti melalui acara-acara *bombing* bersama. Salah satu contohnya yaitu *End of the Year Project-Bombing Never Stop*. Acara tersebut merupakan agenda tahunan komunitas *Gembel Urban Nasional* yang menjadi ajang para *bomber* untuk bertemu, berdiskusi dan berkarya. Tidak hanya grafiter lokal yang ikut meramaikan acara tersebut namun *bomber* yang berasal dari Surabaya, Malang, Solo dan Salatiga juga berpartisipasi.



Gambar 3.21
Lokasi: Tembok Stasiun Lempuyangan.
(Indriyati 2010)



Lokasi yang dipilih yaitu dengan menggunakan tembok pagar salah satu kantor milik PT KAI DAOPS VI Yogyakarta untuk menciptakan karya grafiti karena kehabisan *spot* (tempat) untuk membuat graffiti bersama-sama kelompok dari Yogyakarta yang memilih tembok dekat Stasiun Lempuyangan Yogyakarta (Jogjanews 2010). *End of the Year Project-Bombing Never Stop* yang berlangsung pada 18-19 Desember 2010 merupakan ajang untuk meramaikan dunia grafiti Jogja.

Penutup

Penelaahan kacamata *daily politics* untuk membedah dimensi relasi kuasa kata dalam dunia grafiti Yogyakarta, dapat dibingkai menjadi tiga aspek, yakni;

Pertama yaitu dari segi isu yang diangkat. Grafiter sebagai aktornya, berusaha berkomunikasi dengan cara yang tidak *lumrah* yaitu dengan menggunakan cat semprot sebagai kuas dan tembok jalan sebagai kanvasnya. Terdapat isu yang direpresentasikan melaui grafiti sebagai respon terhadap keadaan yang terjadi di sekitar mereka. Dalam dunia grafiti Yogyakarta, grafiter berusaha menyampaikan suatu pesan komunikasi melaui grafiti. Pesan tersebut yaitu realitas yang ada pada lingkungan sekitar mereka, terdapat realitas ekonomi, sosial, politik hingga realitas budaya.

Kedua yaitu karakter kelembagaan dari grafiter di yogyakarta. Wadah berkumpulnya grafiter bukan merupakan suatu organisasi formal serta tidak memiliki struktur organisasi secara baku. Komunitas grafiter di Yogyakarta merupakan komunitas yang cair, namun tetap mempunyai pakem-pakem yang dijunjung bersama dalam dunia tembok jalanan. Secara garis besar, terdapat komunitas grafiter *tagging* dan komunitas grafiti estetis, dimana masing-masing komunitas mempunyai

cara dan strategi tersendiri untuk mengkomunikasikan gagasan-gagasan melalui grafiti.

Ketiga yaitu media atau saluran yang digunakan oleh grafiter. Secara umum, komunikasi menggunakan media cetak atau media elektronik dalam prosesnya. Berbeda dengan komunitas grafiter dalam dunia tembok jalanan Yogyakarta, grafiter menggunakan cat semprot sebagai kuas dan tembok jalanan sebagai kanvas untuk berkarya. Tembok jalan acap kali hanya dinilai sebagai pembatas namun grafiter membidiknya menjadi sebuah media. Tembok jalan dalam dunia grafiti, tidak hanya menjadi *public space*, namun berkembang menjadi *public sphere* dengan segala dinamika yang melingkupinya.



BAGIAN KEEMPAT:
BAHASA VISUAL GRAFITI, KOMUNIKASI POLITIK DUNIA DINDING JALANAN JOGJA

Dalam keseharian masyarakat, komunikasi menjadi hal yang lazim dalam kehidupan sehari-hari. Komunikasi adalah salah satu interaksi, dimana partisipan memaknai bahasa atau simbol-simbol lain (Veeger 1989: 92). Terdapat komunikator, pesan komunikasi, sasaran komunikasi dan *feedback* dari komunikasi. Bentuk komunikasi politik sehari-hari terlihat pada dunia grafiti. Komunikasi dan politik yang berbeda dari komunikasi dan politik secara "formal" pada umumnya. Sekelompok orang yang mencoreti sebuah tembok pada perempatan jalan, dinilai sebagai tindakan politik dan suatu bentuk komunikasi yaitu komunikasi politik sehari-hari.

Bab ini akan memaparkan mengenai bahasa visual grafiti sebagai bentuk komunikasi politik dunia tembok jalan Yogyakarta. Pemaparan diawali dengan penelusuran mengenai perkembangan grafiti di Yogyakarta, dimana mulai tampak melunturnya sedikit demi sedikit *stereotyping* mengenai kesan vandal tentang dunia grafiti. Dunia grafiti bukan suatu arena yang statis, namun dunia grafiti merupakan arena yang dinamis.



Kedinamisan dunia grafiti dapat terlihat dari perkembangan grafiti sebagai sebuah karya dan semakin luasnya aktor-aktor yang terlibat di dalamnya. Penelusuran grafiti sebagai media komunikasi tidak luput dari aktor-aktor yang terlibat atau melibatkan diri ke dalam dunia grafiti.

Penelahaan dilanjutkan dengan pemaparan mengenai bagaimana relasi kuasa kata dalam grafiti yang ditilik dari aspek; siapa, mengatakan apa, dengan saluran apa, kepada siapa dan dengan akibat apa. Dengan melunturnya kesan vandal, beberapa aktor mulai mendekat kepada dunia grafiti. Kehadiran grafiti pada tembok jalanan nampaknya dinilai sebagai peluang yang dapat dimanfaatkan. Sebagai media komunikasi, grafiti memegang peran strategis terkait keberadaannya pada ruang publik. Keberadaan grafiti, sadar atau tidak sadar dapat dimanfaatkan oleh berbagai aktor tertentu untuk mencapai suatu tujuannya sehingga dapat merubah bahasa visual grafiti.

Demam Grafiti Jogja: Ada Gula Ada Semut

Pada dunia *street art* di Indonesia, Yogyakarta terkenal sebagai kota *street art*. Wisata *street art, Begitu*lah julukan yang diberikan oleh grafiter yang berasal dari daerah luar Yogyakarta yang berkunjung ke Yogyakarta. Julukan tersebut tidak mengherankan, karena karya-karya seniman jalanan dapat kita temui di sudut-sudut Kota Yogyakarta. Suatu perjalanan yang panjang hingga dunia *street art* dapat hadir pada masa ini. Keberadaan *street art* khususnya grafiti pada tembok jalanan hingga sekarang merupakan suatu bentuk dukungan, walaupun terkesan sebagai bentuk "pembiaran". Sebagaian besar masyarakat masih menilai grafiti sebagai tindakan "*nyleneh*" (baca: aneh), merusak hingga kriminal. Namun, lambat laun

sebagian kecil masyarakat perlahan mulai sedikit menerima kehadiran grafiti.

Penerimaan kehadiran grafiti dapat terlihat dari digelarnya acara-acara seputar *street art*, baik dalam bentuk lomba atau acara *bombing* bersama. Acara tersebut diselengarakan oleh aktor-aktor dunia dinding jalanan ataupun aktor-aktor dari luar dunia dinding jalanan. Mendekatnya aktor-aktor yang berasal dari luar dunia grafiti terkait dengan demam grafiti yang melanda tembok kota Yogyakarta. Melunturnya citra vandal pada grafiti dan bergerak menuju ranah seni juga menjadi salah satu alasan lainnya. Aktor-aktor tersebut menilai bahwa dunia grafiti adalah peluang dan kesempatan. Grafiti yang berada pada *public space* dapat diajak untuk "bekerjasama".

Stereotyping yang Sedikit Luntur

Tangan-tangan setan telah mulai, menuliskan kata asal jadi,
di setiap dinding dan di jalanan, menghilangkan keindahan,
Wajah kota jadi ternoda, penuh coret-coretan tangan,
Setan,
Nama-nama liar 'kan kau baca, di pagar atau di jalan raya,
Di mana-mana akan kau temui, kata-kata tanpa arti,
Ayo pelihara kotamu, hentikanlah tangan setanmu,
Sadarlah, hey hey, semua milik kita sendiri,
Janganlah coba engkau nodai, Jangan,
Coba hentikan tangan, setan.

Lirik lagu Nicky Astria yang berjudul "Tangan-Tangan Setan", populer sekitar tahun 1985-an. Masa ketika grafiti *geng-geng* amat tumbuh subur. Realitas tersebut yang coba diceritakan oleh Ian Antoro. Pada lagu tersebut, dunia tembok jalanan dinilai sebagai tindakan vandal dan perlu dihindari, layaknya tangan setan. Penilaian mengenai vandal atau tidaknya dunia tembok

jalanan sebenarnya merupakan proses komunikasi. Terdapat aktor yaitu grafiter dan pesan yang berupa *tagging* pada tembok jalanan. Masyarakat yang resah dan terganggu berarti menerima pesan tersebut walaupun pesan tersebut sebenarnya tidak ditujukan langsung kepada masyarakat namun ditujukan kepada sesama *geng* untuk menandai daerah kekuasaan.

Masyarakat telah memberi gelar bahwa dunia tembok jalanan khusunya grafiti sebagai tindakan vandal. Hal tersebut merupakan *stereotyping* dalam komunikasi politik yakni menggeneralisasikan orang-orang berdasar sedikit informasi dan membentuk asumsi mengenai mereka berdasar keanggotaan mereka dalam suatu kelompok (Mulyana 2003: 108). *Stereotyping* membuat grafiti hingga sekarang masih dinilai sebagai tindakan vandal bahkan untuk grafiti estetis sekalipun. Padahal, tidak semua grafiti bertujuan untuk eksistensi seperti yang dilakukan oleh para *geng*, terdapat grafiti sosial yang berisi ajakan atau kritik sosial, ada pula grafiti politik dan lain sebagainya. Akibat *stereotyping* tersebut menjadikan grafiti sebagai media komunikasi kurang berjalan maksimal karena pesan yang ditangkap oleh penerima sering salah tangkap, salah sasaran ataupun salah tafsir.

Stereotyping pada umumnya merupakan predikat yang negatif. Penilaian terhadap suatu subjek menjadi tidak akurat dan sedikit menghakimi si subjek. Kemunculan *stereotyping* menurut Baaron dan Paulus setidaknya didasari oleh dua hal (Mulyana 2003: 108). *Pertama*, kecenderungan manusia untuk membagi antara “kita” dan “mereka”. Kurangnya informasi mengenai “mereka” membuat subjek dipukul rata dengan kata lain disamaratakan atau dianggap homogen. *Kedua,* kecenderungan manusia untuk melakukan kerja kognitif sesedikit mungkin. Asumsi mengenai sifat-sifat utama objek

pada umumnya dialukan dengan memasukan "mereka" ke dalam kelompok tertentu.

Dewasa ini, s*tereotyping* terhadap grafiter lambat laun mulai meredup, seiring dengan demam grafiti yang melanda Yogyakarta. Grafiti yang menonjolkan kesan estetis mulai bermunculan pada tembok jalanan. Sebagian kecil masyarakat mulai menerima keberadaan grafiti pada lingkungan mereka sehingga grafiti estetis mampu bertahan dan berkembang. Tidak selamanya grafiti identik dengan vandalisme, terdapat pula grafiti estetis yang betujuan untuk memperindah. Selain itu, grafiti juga merepresentasikan potret suatu realitas sehari-hari masyarakat Yogyakarta dan mengkomunikasikan dengan grafiti pada tembok jalanan.

Mendekatnya berbagai Aktor

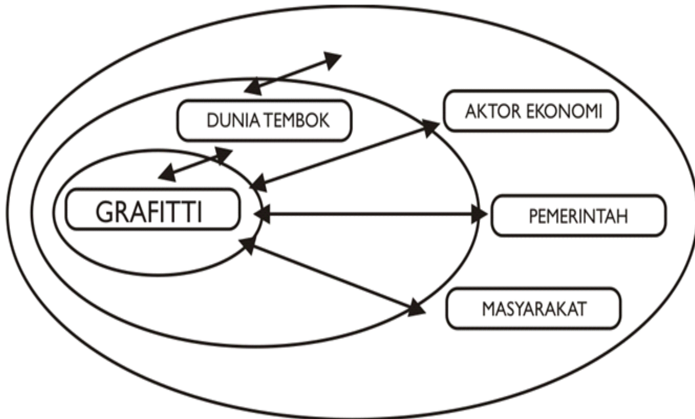
Grafiti merupakan media komunikasi pada ruang publik yaitu komunikasi dengan media tembok-tembok jalanan kepada aktor-aktor tertentu. Pada dunia tembok jalanan di hutan visual Yogyakarta sekarang, grafiti tidaklah sendiri. Terdapat banyak seniman jalanan dan aktor-aktor lain yang ikut meramaikan tembok jalanan Yogyakarta. Mural, stensil, poster hingga *tagging* menjadi "pesaing" untuk berkarya di tembok. Perebutan wilayah dan konflik tidak dapat dihindari, namun grafiti mempunyai cara tersendiri untuk menyelesaikan konflik-konflik tersebut. Aktor-aktor lain yang berasal dari luar dunia seni jalanan juga turut meramaikan, seperti pemerintah dan aktor dunia ekonomi.

Kehidupan perkotaan, dimana aktor yang berperan sangat heterogen dan kekomplekan masyarakat, ikut mempengaruhi pendefinisian grafiti sebagai *street art* atau bukan *street art*. Seni atau lebih spesifiknya komunikasi seni pada

masyarakat yang majemuk dapat menjadi persoalan karena setiap aktor mempunyai "kacamata" untuk memandang suatu fenomena. Komunikasi seni pada umumnya didasarkan pada tiga unsur utama yaitu seniman, benda seni dan publik seni (Sumardjo 2000: 188).

Unsur pertama yaitu seniman, dalam konteks dunia grafiti aktor yang berperan sebagai seniman yaitu grafiter. Seniman jalanan atau grafiter tidaklah tunggal, berbagai profesi serta tingkat usia ikut berpartisipasi dalam dunia dinding jalanan. Benda seni merupakan unsur yang kedua, grafiti oleh sebagian kalangan tidak digolongkan ke dalam benda seni karena menggunakan dinding sebagai kanvas untuk berkarya yang terkesan kurang estetis. Selain itu, grafiti yang berisi *tagging* juga menyumbang mengapa sebagian kalangan menganggap grafiti bukan sebagai seni jalanan. Unsur yang ketiga yaitu publik seni, sebagai contoh masyarakat, pemerintah serta aktor-aktor dunia dinding jalanan lainnya. Perdebatan grafiti sebagai benda seni atau tidak menjadikan terputusnya komunikasi dari grafiter kepada publik. Hal ini berdampak pada pesan atau isi grafiti menjadi tidak sampai secara penuh kepada publik.

Bagan 4.1 memperlihatkan pola komunikasi grafiti kepada aktor disekitarnya. Secara garis besar, pola grafiti sebagai media komunikasi politik sehari-hari dapat dibedakan menjadi dua yakni komunikasi grafiti dengan lingkungan dunia tembok jalanan dan komunikasi grafiti dengan aktor-akror lain di luar dunia tembok jalanan. Komunikasi grafiti dengan lingkungan internalnya yaitu komunitas dunia tembok jalanan dapat terlihat misalnya interaksi grafiti dengan sesama grafiter dan interaksi grafiti dengan komunitas mural, stensil dan komunitas-komunitas lainnya. Sedangkan komunikasi grafiti dengan aktor di luar dunia dinding jalanan dapat terlihat pada



Bagan 4.1 Model Komunikasi Grafiti Yogyakarta

interaksi dengan masyarakat secara umum, aktor ekonomi maupun pemerintah.

Setiap aktor mempunyai tujuan dan kepentingan masing terhadap dunia grafiti. Berdasarkan pola komunikasi dunia grafiti dengan aktor-aktor di sekitarnya, komunikasi antar sesama seniman dunia dinding jalanan Yogyakarta merupakan komunikasi internal. Walaupun merupakan komunikasi internal, namun interaksi tersebut bukan merupakan interaksi yang sederhana. Terdapat interaksi grafiter dengan sesama grafiter dan grafiter dengan aktor dunia dinding jalanan lainnya. Interaksi sesama grafiter pada tembok jalanan mempunyai beberapa motivasi. Bagi para grafiter yang beraliran *tagging*, inisial *geng* pada sebuah tembok merupakan bentuk eksistensi. Mereka mengkomunikasikan kehadirannya kepada sesama aktor dunia dinding jalanan sekaligus kepada aktor di luar dunia dinding jalanan dengan *tagging* tersebut. Sedangkan grafiter yang menonjolkan komposisi bentuk dan warna, lebih hirau akan pesan yang ingin direpresentasikan melalui grafiti.

Interaksi grafiter dengan aktor yang berkecimpung dalam *street art* terlihat dalam interaksi dengan komunitas mural. Komunitas mural merupakan pesaing sekaligus rekanan bagi grafiter untuk berkarya. Pesaing karena seniman mural sama-sama berkarya pada tembok jalanan, dimana mural lebih dapat diterima masyarakat dari pada grafiti. Sedangkan rekanan karena acap kali grafiter dengan komunitas mural mengadakan proyek menggambar bersama. Jogja Mural Forum (JMF) merupakan wadah komunitas mural di Yogyakarta untuk berkumpul. Banyak acara yang telah digelar oleh JMF misalnya "Kampung Sebelah Art Project" (2007) dan "Kode Pos Art Project" (2008), dimana mereka membuat karya mural yang sesuai dengan nilai lokalitas (Kompas 2011, 1 Mei).

Poster, stensil ataupun stiker merupakan atribut lain yang ikut meramaikan dunia tembok jalanan Yogyakarta. Secara umum, kehadiran poster, stensil ataupun stiker tidak saling menggangu dengan keberadaan grafiti. Nuansa kritik, protes, saran, ajakan hingga perlawanan menjadi tema-tema utama dari atribut lain pada dunia tembok jalanan. LSM dan seniman jalanan biasanya merupakan aktor-akor yang berperan di belakangnya. Salah satunya yaitu Anti Tank yang merupakan seniman yang berjuang dengan media poster, stiker maupun stensil di jalanan. Poster "Menolak Lupa" adalah bentuk dukungan untuk proses keadilan Munir dan juga sebagai media penggingat agar "mereka" tahu bahwa kita belum puas dan kita tidak pernah mau melupakan kejahatan ini (Anti tank 2011, 1 Mei).



Gambar 4.1
Lokasi: Perempatan Pojok Beteng wetan
(Indriyati 2010)



Gambar 4.2
Lokasi: Perempatan Pojok Beteng Wetan
(Indriyati 2010)

Ketertarikan aktor yang berasal dari luar dunia grafiti terlihat dari mendekatnya aktor-aktor dunia ekonomi dan pemerintah. Pelaku ekonomi merambah dunia grafiti karena melihat adanya peluang yang dapat dimanfaatkan. Perusahaan jasa telekomunikasi, rokok ataupun cat semprot merupakan



aktor-aktor yang mendekat secara akrab kepada grafiter Yogyakarta. Grafiter dan aktor-aktor tersebut mengadakan serangkaian kerjasama untuk kepentingan kedua belah pihak. *Begitu* halnya dengan pemerintah yang mulai memperhitungan dunia grafiti. Kacamata pemerintah melihat, grafiti dapat diajak bekerjasama untuk menyukseskan program pemerintah. Aparat penegak hukum mulai sedikit memberi nafas kepada grafiti yang beraliran estetik, namun masih garang terhadap grafiti yang beraliran *tagging* karena dianggap menjadi pemicu tawuran antar pelajar (Priyadi 2010, wawancara, 12 November).

Perusahaan Pylox sangat diuntungkan dengan demam grafiti yang melanda Yogyakarta. Hal tersebut adalah peluang emas, karena cat semprot adalah media utama yang digunakan untuk membuat grafiti. Harga untuk cat semprot impor merek Montana mencapai 95 Ribu Rupiah per kaleng sedangkan cat semprot lokal merek Pylox sekitar 20 Ribuan per kaleng. Melihat antusiasme grafiter Yogyakarta Pylox mengeluarkan cat semprot bermerek Basic dengan harga 15 Ribu Rupiah per kaleng. Hal tersebut merupakan strategi untuk memenuhi tingginya permintaan cat semprot dengan harga yang terjangkau. kerjasama tersebut berlanjut, perusahaan cat semprot mensponsori kegiatan *bombing*, namun isi grafiti tersebut harus mencantumkan merek Pylox.

Pelaku bisnis lainnya yaitu perusahaan rokok Bintang Buana. Perusahaan ini tertarik pada dunia grafiti karena grafiti sedang *nge-trend* di kalangan anak muda Yogyakarta. Rokok menjadi barang yang mudah diterima dan *digandrungi* kamula muda, oleh karena itu Bintang Buana selaku produsen rokok berusaha mendekatkan diri dengan kawula muda Yogyakarta. *Outloud, the Movement* adalah acara yang menyediakan tempat bagi para seniman untuk menuangkan kreasinya, selain itu acara

ini juga berusaha untuk merubah pandangan yang selalu mengaitkan corat-coret tembok sebagai bentuk vandalisme, papar Ade Maharani selaku Brand Manager Bintang Buana. Terdapat sembilan titik yang disediakan untuk *nge-bomb* -tentunya dengan izin Pemkot Yogyakarta- yaitu di Jl. Panembahan Senopati, Taman Siswa, Gayam, Selokan Mataram, Jokteng Watan, Jokteng Kulon, perempatan Galeria Mal, dekat Hotel Ibis Malioboro, dan di gardu listrik Kotabaru Yogya (Krjogja 2011). Logo Bintang Buana atau tulisan Outload menghiasi seluruh grafiti pada acara tersebut.

XL dan Telkomsel selalu penyedia jasa telekomunikasi juga ikut ambil peran dalam demam grafiti di Yogyakarta. Senada dengan pelaku bisnis lainnya, kedua perusahaan tersebut menilai bahwa grafiti dengan grafiternya yang rata-rata remaja menjadi pangsa pasar yang menggiurkan. Kebanyakan, anak muda zaman sekarang tidak terlepas dari *Handphone* yang tentunya membutuhkan *sim card*. Perusahaan jasa telekomunikasi hadir untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Mendekatnya pelaku bisnis kepada dunia grafiti di Yogyakarta dapat dinilai merupakan strategi pemasaran. Mereka mensponsori pembuatan grafiti dengan catatan grafiter menyertakan logo XL atau Telkomsel pada karya mereka.

"Kromonisasi" Grafiti : Perubahan Bahasa Visual Grafiti

Kontestasi antar aktor yang terlibat dan melibatkan diri pada dunia grafiti Yogyakarta memang sangat kompleks. Dengan adanya interaksi tersebut, terpetakanlah mengenai siapa saja aktor-aktor yang terlibat serta pola-pola relasi yang terjalin antar aktor. Selain itu terbaca pula kepentingan dan tujuan mengapa aktor-aktor tersebut mendekat kepada dunia grafiti.



Sebagai media komunikasi grafiti disosokkan sebagai "bahasa mata" (Liliweri 2003: 138). Grafiti yang berlokasi pada tembok jalanan merupakan media yang strategis untuk menarik perhatian masyarakat umum. Keberadaan grafiti pada ruang publik bersifat subyektif, karena pemaknaan atas grafiti berada di tangan orang yang melihat grafiti. Dinamika interaksi grafiti dalam hutan visual Yogyakarta dengan aktor-aktor lainnya menjadi telaah yang menarik untuk membedah kuasa kata pada dunia grafiti Yogyakarta.

Bahasa Visual Grafiti

Grafiti merupakan bentuk politik sehari-hari grafiter untuk mengkomunikasikan gagasan mereka. Terdapat berbagai realitas di Yogyakarta yang dicoba untuk diangkat melalui grafiti. Mulai dari realitas sosial, budaya, politik hingga ekonomi, yang merupakan fenomena keseharian masyarakat Yogyakarta. Bahasa visual grafiti dapat ditelisik dengan memetakan siapa, mengatakan apa, dengan saluran apa, kepada siapa dan dengan akibat apa. Penelusuran mengenai bahasa visual grafiti dapat menjadi pijakan awal untuk melihat bagaimana perubahan bahasa visual grafiti yang terjadi.

Pertama yaitu grafiti yang merepresentasikan realitas sosial yang ada pada masyarakat. Potret realitas sosial pada tembok jalanan Yogyakarta, cukup banyak jika dibandingkan dengan potret realitas lainnya. Penelusuran mengenai siapa terkait aktor, yang tidak lain adalah grafiter. Grafiter mencoba berkata dari kacamata mereka melalui grafiti yakni suatu realitas sosial dalam lingkungan mereka. Misalnya kritik sosial, bentuk dukungan moral, ajakan hingga fenomena kehidupan sosial masyarakat Yogyakarta. Potret realitas sosial dalam grafiti ditujukan bagi masyarakat sebagai sasarannya. Terlihat, misalnya

ketika Yogyakarta sedang tertimpa musibah letusan Gunung Merapi, grafiter memberikan dukungan dan semangat kepada masyarakat Yogyakarta melalui grafiti.



Gambar 4.3
Lokasi: Pojok Beteng Wetan
(Indriyati 2010)

Grafiti tersebut dibuat oleh Alil pada saat Yogyakarta disibukan dengan Erupsi Merapi 2010. *Hey World Jogja is Fine* merupakan pesan grafiti yang diusung Alil. Pesan tersebut terpampang pada sebuah pintu ruko sebagai kanvasnya dan cat semprot sebagai kuasnya. Sasaran dari grafiti tersebut yaitu masyarakat, terutama masyarakat yang hilir-mudik melewati perempatan Pojok Beteng Wetan. Dampak yang diharapkan dengan grafiti tersebut, agar masyarakat tidak panik dan tetap tenang. Erupsi Merapi tidak membuat Yogyakarta menjadi tak terkendali. Namun, kesan yang diterima masyarakat tidak semua sama dan acap kali pesan yang diusung grafiter tidak tersampaikan dengan baik. Malah, mayoritas masyarakat menilai grafiti sebagai tindakan kurang kerjaan atau merusak dan sebagian lainnya acuh-tak acuh terhadap keberadaan grafiti.

Kedua yakni potret realitas politik yang direpresentasikan grafiti. Terdapat representasi realitas politik



dengan kacamata formal dan realitas politik versi *daily politics*. Persamaan kedua representasi realitas tersebut yaitu dari sisi aktor dan media yang digunakan. Aktor dari kedua representasi realitas tersebut adalah grafiter dan media yang digunakan yaitu tembok jalanan sebagai kanvas dan cat semprot sebagai kuasnya. Perbedaannya yaitu dari aspek pesan yang diusung, sasaran dan akibat. Pesan yang diusung oleh grafiti yang memotret realitas politik formal berkutak seputar situasi politik yang melingkupi Yogyakarta, misalnya keistimewaan Yogyakarta. Masyarakat secara umum menjadi sasarannya dan diharapkan masyarakat melihat bahwa realitas tersebut merupakan bahasa dari grafiter sebagai respon atas fenomena yang terjadi.

Sedangkan, grafiti yang merepresentasikan realitas politik versi *daily politics* berkutak seputar identitas dan eksistensi kelompok, misalnya eksistensi *geng*. Sasaranya yaitu aktor pada dunia tembok jalanan pada khususnya dan masyarakat pada umumnya. Dampak yang diharapkan adalah eksistensi pada dunia tembok jalanan, namun hal tersebut dapat memicu konflik karena menyulut persaingan eksistensi sesama penggiat dunia tembok jalanan. Mengotori dan merusak merupakan respon umum bagi masyarakat mengenai dunia grafiti. Kacamata mayoritas masyarakat, menilai grafiti adalah dunia corat-coret. Apalagi ditambah dengan grafiti *tagging* para *geng*, hal tersebut turut menguatkan *stereotyping* vandal terhadap dunia tembok jalanan.

Ketiga yaitu grafiti yang merepresentasikan realitas ekonomi masyarakat Yogyakarta. Terkait aktor dan pesan yang diusung, tidak lain yaitu grafiter sebagai aktornya, yang ingin mengkomunikasikan realitas ekonomi pada lingkungan sekitar mereka, misalnya fenomena seputar roda perekonomian di Yogyakarta. Realitas yang berasal dari gagasan para grafiter,

bukan pesanan dari pihak-pihak lain. Media yang digunakan yaitu tembok jalanan dan cat semprot sebagai kuas serta kanvasnya. Masyarakat secara umum, menjadi sasaran dari cerita realitas yang di representasikan oleh grafiter dimana masyarakat diharapkan agar lebih hirau akan fenomena yang ada pada lingkungan sekitar mereka.

Keempat yaitu grafiti yang merepresentasikan realitas budaya. Grafiter sebagai aktornya, berusaha mengkomunikasikan keunikan ataupun kekhasan dari Yogyakarta melalui grafiti. Pesan yang diusung misalnya, grafiti mengenai Yogyakarta sebagai Kota Pelajar dan Kota Budaya dengan media yang tembok jalan dan cat semprot. Yang menjadikan unik yaitu bahasa yang dipilih, biasanya menggunakan langgam jawa Yogyakarta. Tujuan pemilihan aspek-aspek yang khas dari Yogyakarta, untuk mendekatkan grafiti pada masyarakat agar pesan dari grafiti tersebut mudah di tangkap oleh masyarakat.

Grafiti merupakan media bagi grafiter untuk menuangkan realitas yang ada pada sekitar mereka, dengan kacamata versi garfiter dan gagasan-gagasan yang muncul dari inisiatif grafiter. Realitas yang direpresentasikan juga merupakan realitas pilihan grafiter, bukan merupakan realitas yang dipilihkan atau dititipkan aktor-aktor lain. Bahasa visual grafiti banyak mengalami perubahan dalam konteks "pesan komunikasi" yang diusung oleh grafiter. Grafiti telah terkontaminasi oleh kepentingan dari aktor-aktor luar dunia grafiti.

Kromonisasi Bahasa Visual Grafiti

Melihat intervensi berbagai aktor yang ada, terjadi perubahan bahasa visual grafiti. Grafiter diajak "bekerjasama" oleh berbagai aktor yang ada, dengan dalih sama-sama untung. Karena terbius keterbatasan pembiayaan, kebanyakan grafiter secara tidak sadar telah dimanfaatkan oleh berbagai pihak untuk kepentingan mereka. Berdasarkan pemetaan kontestasi para aktor, tercatat beberapa aktor mempunyai pengaruh yang cukup signifikan dalam dunia grafiti, yakni;

"Kromonisasi" oleh Aktor Ekonomi

Aktor yang paling kentara menancapkan pengaruhnya yaitu pelaku bisnis. Dengan logika *profit oriented,* mereka berusaha menilai grafiti sebagai suatu "produk". Sebagai suatu produk yang terpampang di tembok jalanan, grafiti nampu diselipi suatu pesan tertentu. Pesan yang sesuai dengan selera pelaku bisnis yang menjadi mandor. Setidaknya ada dua kentungan yang di dapat pelaku bisnis dengan berdalih "kerjasama" dengan para grafiter. Pertama yaitu menjadikan grafiti sebagai media iklan dengan sasaran masyarakat luas dan yang kedua yaitu promosi kepada para grafiter agar tertarik dengan produk atau jasa mereka.

Perubahan terjadi yaitu grafiti yang dahulu merupakan media komunikasi politik sehari-hari para grafiter berubah menjadi media komunikasi "politik dagang" para pelaku ekonomi. Grafiti pada gambar 4.3 merupakan hasil "kerjasama" dengan dua perusahaan jasa telekomunikasi yaitu XL dan Telkomsel. Bukti secara visual bahwa mereka mengadakan kerjasama yaitu logo atau identitas kedua perusahaan tersebut tidak dirusak oleh grafiter, malah sengaja ditonjolkan. Grafiti



berbagi *space* dengan iklan perusahaan jasa telekomunikasi. Jika perusahaan tersebut tidak mengadakan kerjasama dengan dunia grafiti, acap kali iklan yang telah mereka buat dengan memanfaatkan dinding jalanan *ditableg* oleh grafiter.



Gambar 4.4
Lokasi: Jalan Magelang dan Jalan Affandi.
(Indriyati 2011)

Bentuk "kerjasama" lainnya juga terjadi antara grafiter dengan perusahaan cat semprot. Gambar 4.4 dapat dilihat sebagai iklan Pylox pada tembok jalanan.



Gambar 4.5
Lokasi: Jalan Prof Dr Yohanes.
(Indriyati 2010)

Pendapat tersebut tidaklah salah, perusahaan cat semprot tersebut memesan kepada grafiter untuk iklan produknya. Iklan Pylox dengan media grafiti lebih tahan lama dibandingkan poster atau spanduk, selain itu iklan tersebut juga menempati tembok jalanan yang strategis. Mereka mengatakan kerjasama dalam kontkes simbiosis mutualisme, sama-sama menguntungkan. Grafiter dapat berkarya dan perusahaan juga mendapat manfaat dari grafiti yang dibuat.

Pola "kerjasama" juga ditunjukan oleh perusahaan rokok Bintang Buana. *Outload, the Movement* merupakan acara yang terselenggara atas prakarsa perusahaan rokok Bintang Buana dengan para grafiter di Yogyakarta. Berbagai tulisan *Outload* menghiasi tembok beberapa perempatan di Kota Yogyakarta, seperti yang terpampang pada gambar 4.5. Sadar atau tidak, grafiti telah dimanfaatkan sebagai ajang promosi rokok yang berbalut kerjasama. Promosi kepada grafiter secara khusus dan iklan dengan tema "*outload*" kepada masyarakat pada umum.

Tidak dapat dipungkiri, dukungan dalam bentuk sponsor yang diberikan kepada grafiter sangat membantu dalam hal keuangan untuk berkarya. Untuk membuat grafiti dibutuhkan pendanaan yang tidak sedikit untuk membeli peralatannya. Namun, sponsor tersebut disatu pihak membantu sedangkan di pihak lain menjadikan grafiti berbeda bahkan bukan seperti dirinya



Gambar 46
Lokasi: Jalan Laksda Yos Sudarso, Jalan Mataram, Jalan Monginsidi dan Jalan Taman Siswa
(Indriyati 2011)

"Kromonisasi" oleh Pemerintah

Intervensi terhadap dunia grafiti Yogyakarta juga dilakukan oleh pemerintah misalnya dengan mendekatkan grafiti dengan ekstrakulikuler seni di beberapa sekolah.



Gambar 4.7
Lokasi: Jalan Monginsidi (SMK N 3 Yogyakarta) dan Jalan Laksda Yos Sudarso (SMA 3 Yogyakarta)
(Indriyati 2011)

Hal ini dilakukan untuk meredam vandalisme yang biasanya dilakukan oleh kalangan pelajar. Mereka diberi "*space*" untuk berkreasi namun dengan tema-tema tertentu, yang sesuai dengan petunjuk dari sekolah dan pemerintah. Seperti yang terlihat pada dinding selokan SMK N 3 Yogyakarta dan tembok SMA N 3 Yogyakarta.

Bagai satu keping mata uang, intervensi pemerintah pada dunia grafiti melaui acara-acara kebudayaan ataupun acara-acara yang diselengarakan di sekolah menjadikan grafiti dalam "kontrol" pemerintah. Kontrol tersebut merupakan tindakan politis yang menjadikan grafiti tidak dapat bergerak bebas. Pada grafiti, dapat diselipkan suatu pesan tertentu hingga grafiti dapat pula difungsikan sebagai sosialisator program pemerintah.

"Kromonisasi" oleh masyarakat

Masyarakat juga ambil bagian dalam intervensi terhadap dunia grafiti. Namun, masyarakat mempunyai porsi yang kecil jika dibandingkan dengan pelaku ekonomi dan

pemerintah. Mayoritas masyarakat kurang hirau akan keberadaan grafiti. Malah, stempel vandalisme masih melekat erat dan menjadi momok bagi masyarakat. Terdapat, sebagian masyarakat menjadikan grafiti sebagai media untuk menyukseskan program di lingkungannya. Hal tersebut lebih bersifat sosial-budaya. Sebagian kelompok masyarakat mulai menyadari bahwa grafiti tidak selamanya merupakan vandalisme. Grafiti nampu difungsikan sebagai media komunikasi politik sehari-hari warga masyarakat di Yogyakarta.

Fenomena "kromonisasi" telah terjadi pada dunia grafiti. Grafiti yang notabene merupakan bahasa visual yang *"ngoko"* dengan keberadaannya pada tembok jalanan serta realitas-relaitas yang diusungnya, perlahan-lahan mulai dijinakan. Kromonisasi berdampak pada perubahan bahasa visual grafiti, tidak jarang grafiti terlihat iklan ataupun perpanjangan tangan pemerintah. "Penjinakan" membuat grafiti mudah untuk dikomodifikasikan. Grafiti dinilai sebagai produk yang dapat dipesan dengan imbalan tertentu. Dunia grafiti yang merupakan cara berpolitik sehari-hari versi grafiter menjadi dipolitisasi oleh aktor-aktor lainnya. Pesan komunikasi yang tadinya merupakan representasi dari realitas keseharian masyarakat Yogyakarta berubah sesuai dengan kepentingan pemesan grafiti.

Penutup

Dunia grafiti merupakan merupakan suatu arena, ajang kontestasi antar berbagai aktor yang ada, berebut eksistensi dan pengaruh-mempengaruhi. Bahasa visual grafiti sebagai media komunikasi politik sehari-hari versi grafiter telah berubah. Perubahan tersebut dapat ditilik dari aspek "siapa, mengatakan apa, dengan saluran apa, kepada siapa, dengan akibat apa".



Pertama yaitu "siapa", yang tidak lain adalah grafiter sebagai aktor utama pada dunia grafiti Yogyakarta. Grafiter mencoba mengkomunikasikan gagasan-gagasannya melalui grafiti. Pada perkembanganya, grafiter mulai diboncengi aktor-aktor lain, misalnya aktor ekonomi dan pemerintah. Grafiter tetap merupakan aktor yang membuat grafiti, namun terdapat aktor-aktor yang membonceng di balik layar.

Aspek yang kedua yaitu mengatakan apa, hal tersebut terkait pesan yang diusung grafiter melalui grafiti. Representasi realitas sehari-hari pada lingkungan grafiter merupakan pesan dari komunikasi *daily politics* versi grafiter. Terdapat realitas sosial, politik, ekonomi hingga budaya dari kacamata grafiter. Dengan adanya intervensi dan kepentingan beberapa aktor yang melibatkan diri, pesan yang diusung grafiti menjadi berbeda. Indikatornya yakni mulai muncul pesan dari grafiti yang menawarkan jasa atau produk suatu perusahaan.

Media atau saluran yang digunakan merupakan aspek yang ketiga. Tembok jalan adalah kanvas dan cat semprot adalah kuas yang digunakan grafiter untuk berkarya. Grafiti identik dengan seni jalanan dimana tembok menjadi komponen utamanya. Namun, dengan intervensi berbagai aktor yang terlibat, mulai digadang alternatif media lain misalnya, *rooling door* dan etalase toko, hingga kaos maupun sepatu. Grafiti nampak menjadi semakin "menjual" dan semakin menjauh dari representasi realitas keseharian grafiter.

Keempat yaitu kepada siapa, hal tersebut terkait dengan sasaran dari grafiter. Dunia tembok jalanan merupakan sasaran khusus, dimana masyarakat menjadi sasaran umumnya. Sekarang, sasaran yang dibidik melalui grafiti menjadi berbeda. Masyarakat menjadi sasaran khususnya, dimana masyarakat

ditempatkan sebagai pangsa pasar alias konsumen. *Begitu* halnya dengan grafiter dan aktor dunia tembok jalanan, mereka juga dinilai sebagai konsumen.

Dengan akibat apa merupakan aspek kelima. Dampak kehadiran grafiti bagi aktor-aktor pada dunia tembok jalanan yaitu sebagai wujud eksistensi dan penanda daerah kekuasaan. Sedangkan bagi masyarakat dinilai sebagai tindakan yang merusak dan mengganggu. Campur tangan berbagai aktor yang ada menjadikan grafiti dijadikan sebuah media iklan untuk menarik konsumen ataupun media sosialisasi kepada masyarakat umum.

Kedatangan berbagai aktor dengan membawa kepentingannya masing-masing membuat perubahan pada bahasa visual grafiti. Pesan komunikasi yang berisi representasi realitas keseharian masyarakat Yogyakarta berubah menjadi tawaran suatu produk hingga sosialisator suatu program aktor tertentu. Yang membuat miris yaitu kebanyakan grafiter tidak sadar mereka telah dimanfaatkan untuk kepentingan tertentu. Grafiti adalah *daily politics* versi grafiter untuk mengkomunikasikan potret realitas keseharian masyarakat Yogyakarta melalui kanvas tembok jalanan, dimana sekarang telah mengalami "kromonisasi".



BAGIAN KELIMA:
KESIMPULAN

Grafiti: Media Komunikasi Politik Sehari-hari Versi Grafiter Yogyakarta yang Ter-*kromonisasi*

Grafiti merupakan suatu bentuk komunikasi politik sehari-hari versi grafiter di Yogyakarta, yang merepresentasikan potret realitas sosial, politik, ekonomi hingga budaya di lingkungan sekitar grafiter. Terdapat dimensi relasi kuasa kata dalam fenomena grafiti Yogyakarta. *Daily politics* dapat menjadi kacamata untuk membedah dimensi realitas politik sehari-hari versi grafiter sedangkan, dimensi relasi kuasa kata dalam dunia grafiti Yogyakarta ditelisik dengan menggunakan konsep komunikasi politik.

Kacamata *daily politics* untuk membingkai dunia grafiti Yogyakarta memberi warna tersendiri. Sekelompok pemuda di sebuah perempatan sedang menggambari tembok dengan cat semprot, hal tersebut sangat jarang dinilai sebagai tindakan politik. Menggrafiti suatu tembok merupakan komunikasi *daily politics* versi grafiter, terdapat dimensi realitas, aktor hingga media yang digunakan dalam fenomena grafiti Jogja;

Pertama mengenai dimensi isu yang diusung melalui grafiti. Grafiter sebagai aktornya, berusaha berkomunikasi dengan cat semprot sebagai kuas dan tembok jalan sebagai kanvasnya. Terdapat isu yang direpresentasikan melalui grafiti sebagai respon terhadap keadaan yang terjadi di sekitar lingkungan mereka. Isu tersebut merupakan pesan komunikasi yang berwujud representasi realitas ekonomi, sosial, politik hingga realitas budaya. Grafiti di Yogyakarta merupakan suatu bentuk ekspresi komunikasi sehari-hari, kurang memiliki kecenderungan untuk bertransformasi menjadi sebuah gerakan.

Karakter kelembagaan dari grafiter di Yogyakarta merupakan dimensi yang kedua. Secara garis besar, terdapat komunitas grafiter *tagging* dan komunitas grafiti estetis, dimana masing-masing komunitas mempunyai strategi dan cara tersendiri untuk mengkomunikasikan suatu realitas melalui grafiti. Komunitas grafiter merupakan komunitas yang cair, namun tetap mempunyai pakem-pakem yang dijunjung bersama dalam dunia tembok jalanan Yogyakarta.

Kedua yaitu dimensi media atau saluran yang digunakan oleh grafiter. Tembok jalan seringkali hanya dinilai sebagai pembatas namun, grafiter membidiknya menjadi sebuah media untuk berkomunikasi. Grafiter menggunakan cat semprot sebagai kuas dan tembok jalanan sebagai kanvas untuk berkarya. Tembok jalan dalam dunia grafiti, tidak hanya menjadi *public space*, namun berkembang menjadi *public sphere* dengan segala dinamika yang melingkupinya.

Relasi kuasa kata dalam dunia grafiti Yogyakarta dapat ditelisik dengan menelusuri "siapa, mengatakan apa, dengan saluran apa, kepada siapa, dengan akibat apa". Komunikasi politik versi grafiter merupakan bentuk komunikasi politik

sehari-hari yang berbeda dengan kacamata komunikasi politik secara umum. Grafiter berperan sebagai aktor yang ingin berkata melalui grafiti. Tembok jalanan sebagai kanvas dan cat semprot adalah kuasnya. Sedangkan grafiti merupakan pesan yang ingin disampaikan. Terdapat realitas yang ingin direpresentasikan melalui grafiti, mulai dari realitas ekonomi, politik, sosial hingga budaya. Sasaran komunikasi politik versi grafiter yaitu dunia dinding jalanan pada khususnya dan masyarakat pada umumnya. Stempel vandalisme kepada dunia grafiti merupakan s*tereotyping,* yang menjadikan pesan dalam komunikasi politik sehari-hari versi grafiter kurang dapat ditangkap.

Dunia grafiti tidak berada dalam ruang hampa, namun berada pada hutan visual Yogyakarta yang merupakan ruang publik. Menjamurnya grafiti di Yogyakarta menjadikan berbagai aktor dengan kepentingannya terlibat dan melibatkan diri. Kejasama hingga konfliktual merupakan relasi yang terjalin dalam dinamika aktor-aktor yang terlibat. Dunia grafiti mulai dilirik sebagai sesuatu yang "bermanfaat" oleh berbagai aktor, sebagai contoh aktor ekonomi dan pemerintah hingga masyarakat. Mendekatnya berbagai aktor membuat bahasa visual grafiti berubah.

Grafiti telah mengalami "kromonisasi" oleh berbagai aktor yang ada. Dengan dalil simbiosis mutualisme berbagai aktor mendekat kepada dunia grafiti. Grafiter dapat berkarya dan berekspresi disatu sisi dan para aktor tersebut mempunyai titipan akan isi yang menjadi pesan grafiti pada sisi lain. Bahasa visual grafiti yang tadinya merupakan representasi realitas keseharian masyarakat Yogyakarta berubah menjadi representasi pesanan aktor-aktor tertentu. Grafiter kehilangan kuasa atas kata dari grafitinya. Grafiti merupakan media



komunikasi politik sehari-hari versi grafiter Yogyakarta yang ter-*kromonisasi*.

Kontribusi Studi Grafiti terhadap Konsep *Daily Politics dan* Komunikasi Politik

Penelaahan dunia grafiti Yogyakarta dengan kacamata *daily politics* dan komunikasi politik masih sangat jarang dilakukan. Penelitian ini merupakan studi politik karena menekankan pada grafiti sebagai media komunikasi politik sehari-hari versi grafiter Yogyakarta. *Daily politics* versi grafiter merupakan respon terhadap kekomplekan yang ada disekitar mereka, cara berpolitik yang diambil dengan menuangkan karyanya pada tembok jalanan yang *notabene* merupakan ruang publik. Cara berpolitik yang sangat berbeda dengan kacamata politik formal, dekat dengan isu keseharian yang ada di masyarakat dan tidak bertujuan untuk menggulingkan kekuasaan. Kajian ini menyumbang celah yang kurang dapat diisi oleh kajian politik formal dalam memotret fenomena yang ada di masyarakat.

Kontribusi terhadap kajian komunikasi politik terlihat dari sudut pandang yang dipakai dalam melihat grafiti Yogyakarta yaitu komunikasi politik sehari-hari. Komunikasi ini berbeda dengan komunikasi politik secara *mainstream*, yaitu komunikasi versi grafiter Yogyakarta. Secara umum, komunikasi politik berpola *top-down* dan dikaitkan dengan erat dengan pemerintahan, kebijakan, dunia pers, partai politik serta elemen-elemen politik formal lainnya. Komunikasi politik versi grafiter merupakan bentuk partisipasi grafiter pada ruang publik dengan pola *bottom-up*. Keberadaan grafiti pada ruang publik menjadikan beberapa aktor mendekat kepada dunia grafiti Yogyakarta. Mendekatnya berbagai aktor yang ada membawa perubahan pada bahasa visual grafiti akibat terselipnya "pesan"



tertentu. Hal tersebut menjadi bukti bahwa komunikasi politik mampu dipesan oleh aktor-aktor tertentu.

Penulis menyadari bahwa kajian mengenai grafiti sebagai media komunikasi politik sehari-hari versi grafiter di Yogyakarta menyimpan banyak koreksi. Namun, setidaknya penelitian ini menyumbang kacamata baru untuk melihat masyarakat dengan kerangka *daily politics* dan komunikasi politik. Penelitian ini dapat menjadi awalan untuk menjadi inspirasi penelitian-penelitian selanjutnya dalam memotret fenomena yang terdapat pada masyarakat dengan sudut pandang yang berbeda. Selain itu, kajian ini juga dapat dimanfaatkan oleh berbagai kalangan, bagi pemerintah, masyarakat maupun bagi grafiter Yogyakarta sendiri.



DAFTAR PUSTAKA

Adhe 2005, *Riwayat grafiti dalam hip-hop: Perlawanan dari Ghetto,* Alinea, Yogyakarta.

Anindita, A.D., 2002, *Grafiti sebagai budaya tanding dalam pemaknaan atas Kota Yogyakarta*, skripsi S.Sos Jurusan Sosiologi, Universitas Gadjah Mada.

Andrianto, A. 2011, "*Grafiti simbol perlawanan kota*" diakses 27 April 2011,

http://suaramerdeka.com/v1/index.php/read/cetak/2009/04/06/58125/Grafiti-Simbol-Perlawanan-Kota.

AntaraNews 2011, *Erupsi Merapi rugikan sektor peternakan 149 milyar*, diakses 10 April 2011,

http://arsipberita.com/show/erupsi-merapi-rugikan-sektor-peternakan-rp149-miliar-109361.html

Anti Tank 2011, *Menolak lupa project,* diakses 1 Mei 2011,

http://antitankproject.wordpress.com/2009/12/03/menolak-lupa-poster-project/.

Arifin A., 2003, *Ilmu komunikasi*, Rajawali Pers, Jakarta.

Barry S., 2008, *Jalan seni jalanan Yogyakarta*, Studium, Yogyakarta.



Bertens, K., 2006, *Filsafat barat kontemporer Prancis*, Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

Biennale 2011, *THE EQUATOR: Biennale Jogja XI 2011, Edisi ke 1: Perjumpaan Indonesia dan India*, diakses 26 April 2011,

http://www.biennalejogja.org/berita/tentang-tema-the-equator-biennale-jogja-xi-2011-edisi-ke-1-perjumpaan-indonesia-and-india/#more-183

Brunsson, 1994, "Politicization and 'company-ization'-on institutional affiliation and confusion in the organizational world" dalam *Management accounting research*, Academic Press Limited.

Budiman, A., 1985, *Pembagian kerja secara seksual*, pt Gramedia, Jakarta.

Dwipayana, A., 2005, "*State of art* ilmu politik di Indonesia: Ziarah dari makna hingga ruang dalam *Jurnal Transformasi*. Volume 1, Nomor 1, Februari.

Fiske, J., 1990, *Introduction to communication studies*, Routledge, London.

Giddens, A., 2003, *The third way*, PT Gramedia Pustaka, Jakarta.

Habermas, J., 2007, *Ruang publik: Sebuah kajian kategori masyarakat borjuis*, Kreasi Wacana Yogyakarta, Yogyakarta.

Hajer, M. dan Hendrik W. 2003, *Deliberative policy analysis: understanding governance in the network society*, Cambrige University Press, diakses 22 Februari 2011,

http://www.maartenhajer.nl/upload/DPAIntro.pdf.



Harsono, 2002, "Kerakyatan dalam seni lukis Indonesia: Sejak Persagi hingga kini" dalam: *Politik dan gender, aspek-aspek seni visual Indonesia*, Yayasan Seni Cemeti, Yogyakarta.

Hanta 2011, *Qzruh Vs Joxzin*, diakses 26 Maret 2011,

http://sosbud.kompasiana.com/2010/01/08/qzruh-vs-joxzin/.

Jogjanews 2011, *End of the year project "Bombing Never Stop": Ngebom Lempuyangan dengan grafiti*, diakses 26 April 2011,

http://jogjanews.com/id/2010/12/21/end-of-the-year-project-bombing-never-stop-ngebom-lempuyangan-dengan-grafiti/.

KR Jogja 2011, *Outloud, the movement angkat graffiti Yogya,* diakses 25 April 2011,

http://www.krjogja.com/news/detail/42856/Outloud..the.Movement.Angkat.Graffiti.Yogya.html

K. Yin, R., 2008, *Studi kasus desain dan metode*, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta.

Larasati, R., 2004, *Mural dan realitas sosial: Studi semiotik tentang mural dalam merepresentasikan realitas sosial masyarakat Jogja,* skripsi S.Kom Jurusan Ilmu Komunikasi, Universitas Gadjah Mada.

Liputan6 2011, *Pelukis grafiti Bandung kebanjiran pesanan,* diakses 24 Maret 2011,

http://berita.liputan6.com/daerah/200103/9601/class='vidico'.



Liwiweri, A., 2003, *Makna budaya dalam komunikasi antarbudaya*, LkiS Yogyakarta.

Mulyana, D., 2003, *Ilmu komunikasi suatu pengantar*, PT Remaja Roasdakarya, Bandung.

Ngiuphobia 2011, *Grafiti Bandung*, diakses Jumat, 25 Maret 2011,

http://ngiuphobia.wordpress.com/2009/12/25/graffiti-bandung/

Nimmo, D., 2000, *Komunikasi politik: Komunikator, pesan dan media*. PT Remaja Roasdakarya, Bandung.

Nugroho, G., 2005, *Republik tanpa ruang publik: Coretan dari Nias, Meulaboh dan Merauke*, IRE Press, Yogyakarta.

Poerwokoesoemo, S., 1984, *Daerah Istimewa Yogyakarta*, Gadjah Mada University Press, Yogyakarta.

Pratikno, 2007, "*Governance* dan krisis teori organisasi" dalam *Jurnal Administrasi Kebijakan Publik,* Volume 12, Nomor 2, November MAP UGM, Yogyakarta.

Prawiro, G.N dan Dharsono, 2003, *Pengantar estetika dalam seni rupa*. STISI Bandung, Bandung.

Pruitt, G.D. dan Rubin, *Teori konflik sosial*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta.

Ramadhani, I. 2011, *Mayoritas warga Jogja Pro Penetapan* , diakses 16 April 2011,

http://politik.kompasiana.com/2010/12/18/menegaa-mayoritas-warga-yogya-pro-penetapan/



Ranawati, T., 2006, *Daily politics: Studi tentang maraknya isu formalin dan boraks*, skripsi S.IP Jurusan Ilmu Pemerintahan, Universitas Gadjah Mada.

Psikopad 2011, *Psikopad #6* , diakses 25 April 2011

http://psikopad.wordpress.com/2011/04/04/syarat-pendaftaran/.

Salim, A., 2006, *Teori dan paradigma penelitian sosial*, Tiara Wacana, Yogyakarta.

Santoso, B., 2003, *Politik dan postkolonialitas di Indonesia*, Kanisius, Yogyakarta.

Saraswati, I. 2011, *Menggerakan kota,* Diakses 1 Mei 2011, http://lipsus.kompas.com/hut45/read/2010/06/25/09243380/Menggerakkan.Kota.dengan.Seni.

Savirani, A., 2005, "Ilmu pemerintahan masa depan mengadvokasi politik pinggiran" dalam *Jurnal Transformasi.* Volume 1, Nomor 1, Februari.

Suara Pembaharuan 2011, *Siswa SMU Kolese De Britto ikut jalan kaki ke DPRD DIY*, diakses 19 April 2011,

http://www.suarapembaruan.com/home/750-siswa-smu-kolese-de-britto-ikut-jalan-kaki-ke-dprd-diy/1911750

Smuha 2011, *Siswa MUHA mengukir prestasi di awal Maret,* diakses 25 April 2011,

http://www.smuha-yog.sch.id/?pujek=news&aksi=lihat&id=229



Squad Urban Streetwear (SUS) 2011, "Artcoholic" dalam *Indonesia Streetart Magazine*, Street Magazine, Volume 1 Nomor 1.

Sukab, *Soeharto dan penembakan misterius*, diakses 24 Maret 2011,

http://sukab.wordpress.com/2007/04/26/soeharto-dan-petrus-penembak-misterius/.

Sumardjo, J., 2000, *Filsafat seni*, ITB, Bandung.

Tunas Cendekia, *Tembok bomber peduli,* diakses 22 Februari 2011,

http://tunascendekia.org/wordpress/archives/243.

Veeger, K. J., 1986, *Realitas sosial*, PT Gramedia, Jakarta.

Wicandra, O.B. 2006, "*Grafiti di Indonesia: Sebuah politik Identitas ataukah tren?*" dalam *Jurnal Nirmala* Volume 8, Nomor 2, Juli.

Yolagani 2011, *Representasi dan media: Stuart Hall*, diakses 12 April 2011,

http://yolagani.wordpress.com/2007/11/18/representasi-dan-media-oleh-stuart-hall/.

.

Lagu:

Nicky Astia. 1985. "*Tangan-Tangan Setan*". Karya Ian Antono. Label: Aquarius Musikindo.

Iwan Fals. 1992. *Coretan dinding* dalam album "Belum Ada Judul". Karya Iwan Fals. Label: Harpa Records



Foto:

Foto bertema "*Awas, Warga Garongan Siap Perang*", diakses pada Februari 2011.

http:// mafiabond.multiply.com/photos/al...n_doeloe.

Foto bertema "Grafiti berjudul "*Green Village Pioneer For Green Justice*" Diakses pada April 2011.

http://green.kompasiana.com/penghijauan/2011/01/23/kalau-bisa-hijau-kenapa-harus-cokelat/.

Foto bertema "*Persiapan Bumi-Hangus*", diakses pada Maret 2011.

http://c0013579.cdn1.cloudfiles.rackspacecloud.com/x2_3cc2dcc.

Foto bertema"*Yogya Pasti Bangkit*". Diakses pada April 2011.

http://ladangkata.com/2008/01/02/street-art-seni-uji-nyalinya-*bomber*-jogja/comment-page-2/.



LAMPIRAN

Foto penelitian pada saat wawancara grafiter di Jalan Mataram







Foto penelitian pada saat wawancara grafiter di Daerah Pakualaman





POLITIK *dan* GRAFITI

Kowe ki Jurusan Politik-Pemerintahan kok neliti grafiti to mbak, opo hubungane?
(baca: Anda Jurusan Politik dan Pemerintahan mengapa meneliti tentang Grafiti, Apa hubungannya?)

Pertanyaan tersebut selalu terlontar ketika menemui beberapa nara sumber dalam proses penyusunan karya ini. Kekuasaan tidak hanya dapat dilihat dari kacamata "formal" semata namun kekuasaan berada dalam lingkungan sekitar kita, terkadang tanpa kita sadari. Grafiti merupakan fenomena yang marak dalam hutan visual Yogyakarta, dimana vandalisme merupakan stempel umum ketika berbicara mengenai grafiti. Padahal, terdapat sisi lain yang dapat dipotret seputar dunia tembok jalanan Yogyakarta.

Grafiti dapat didefinisikan sebagai tulisan atau coretan yang mempunyai tujuan dalam pembuatannya, biasanya menggunakan cat semprot dan tembok jalanan sebagai kuas serta kanvas untuk mengkomunikasikan suatu ekspresi. Grafiti merupakan media komunikasi politik sehari-hari versi grafiter di Yogyakarta. Grafiter sebagai aktornya, berusaha merepresentasikan realitas yang terdapat pada lingkungan sosial, ekonomi, politik dan budaya disekitarnya. Keberadaan grafiti pada tembok jalanan yang notabene merupakan ruang publik mampu menjadi magnet. Grafiter sadar-tidak sadar telah "dimanfaatkan" terkait keberadaan karyanya di ruang publik. Grafiti dapat dimanfaatkan sebagai media iklan dan potensi yang dimiliki oleh grafiter, dapat dinilai sebagai suatu pasar. Grafiti Yogyakarta telah mengalami "kromoninsasi" oleh aktor-aktor tertentu dengan segudang kepentingannya. Sebagian bahasa visual grafiti bukan lagi merupakan representasi realitas sehari-hari versi grafiter, melainkan pesanan aktor-aktor tertentu.

